

Plan de Acción para la Internacionalización de la Economía Española 2021-2022



ESPAÑA
PUEDE.



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA, COMERCIO
Y TURISMO

PLAN DE ACCIÓN PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA 2021-2022

Edición: mayo, 2021



NIPO: 112-21-006-8 (En línea)

NIPO: 112-21-005-2 (Impresa)

Catálogo general de publicaciones oficiales: <https://cpage.mpr.gob.es/>

Índice

I.	RESUMEN EJECUTIVO	5
II.	INTERNACIONALIZACIÓN EN EL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA.....	23
III.	INTERNACIONALIZACIÓN DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA: DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN	27
IV.	OBJETIVOS Y PRIORIDADES	63
	• OBJETIVO GENERAL	63
	• OBJETIVOS ESPECÍFICOS	63
	• OBJETIVOS INTERMEDIOS.....	64
	• PRIORIDADES GEOGRÁFICO-SECTORIALES. PAÍSES CON ACTUACIÓN SECTORIAL ESTRATÉGICA (PASE), BREXIT , ÁFRICA y AMÉRICA LATINA	67
V.	PLAN DE ACCIÓN 2021-2022: ACTUACIONES PREVISTAS	75
	• EJE 1: OFRECER UN APOYO A LA INTERNACIONALIZACIÓN CADA VEZ MÁS ADAPTADO A LAS NECESIDADES Y AL PERFIL DE NUESTRAS EMPRESAS, PARTICULARMENTE CON EL FOCO EN MEJORAR EL ACCESO A LAS PYMES A LOS MERCADOS EXTERIORES.....	77
	• EJE 2: INCORPORAR LA INNOVACIÓN, LA TECNOLOGÍA, LA MARCA Y LA DIGITALIZACIÓN A LA INTERNACIONALIZACIÓN	103
	• EJE 3: DESARROLLO DE TALENTO PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN	119
	• EJE 4: APROVECHAR MEJOR LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO DERIVADAS DE LA APERTURA DE LOS MERCADOS POR LA POLÍTICA COMERCIAL COMÚN Y DE LA FINANCIACIÓN DE LAS INSTITUCIONES FINANCIERAS INTERNACIONALES, LA UNIÓN EUROPEA Y OTROS ORGANISMOS INTERNACIONALES.....	127
	• EJE 5: POTENCIAR LA CAPTACIÓN Y CONSOLIDACION DE LA INVERSIÓN EXTRANJERA DE ALTO VALOR AÑADIDO	139
	• EJE 6: REFORZAR LA COORDINACIÓN Y COMPLEMENTARIEDAD DE LAS ACCIONES DE TODOS LOS ACTORES RELEVANTES EN MATERIA DE INTERNACIONALIZACIÓN	147
VI.	EJECUCIÓN Y EVALUACIÓN	163
VII.	ANEXOS	167
	• ANEXO I: RECURSOS DISPONIBLES DE LOS DISTINTOS INSTRUMENTOS COMERCIALES Y DE APOYO FINANCIERO A LA INTERNACIONALIZACION.....	169
	• ANEXO II: CONTRIBUCIONES DE LOS MINISTERIOS DEL GRUPO DE TRABAJO INTERMINISTERIAL DE APOYO A LA INTERNACIONALIZACIÓN	173
	• ANEXO III: CUADRO DE INDICADORES ASOCIADOS A LOS RETOS DE LA ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACIÓN 2017-2027	181
	• ANEXO IV: CUADRO DE INDICADORES DEL PLAN DE ACCIÓN 2021-2022	185
	• ANEXO V: SERVICIOS EN APOYO A LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS INSTITUCIONES DE ÁMBITO AUTONÓMICO	205

I. RESUMEN EJECUTIVO

La **Estrategia de Internacionalización de la Economía Española 2017-2027** y los planes de acción que la desarrollan conforman la acción del gobierno en apoyo a la internacionalización¹. Su objetivo es maximizar la contribución del sector exterior al crecimiento y a la creación de empleo, con carácter estructural, así como la mejora de la competitividad. Constituye **el marco estratégico a medio-largo plazo** para planificar las políticas de apoyo a la internacionalización, facilitar la coordinación de los distintos actores implicados, particularmente la colaboración pública - privada, y mejorar el acceso por parte de las empresas a los distintos instrumentos de apoyo. **Los planes que la desarrollan, con carácter bienal, buscan su adaptación a las circunstancias cambiantes** que condicionan la situación de nuestro sector exterior.

Conforme a lo establecido por la Ley 14/2013, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización, **este Plan de Acción para la Internacionalización de la Economía Española 2021-2022** - tercer plan bienal que desarrolla la Estrategia -, se rige por los principios de **coherencia y coordinación** en la actuación del Estado y de **complementariedad con el sector privado, seleccionando las medidas de mayor impacto**. Así, este plan se ha realizado con la participación de los **organismos comerciales y financieros de apoyo a la internacionalización de la empresa**, los distintos **ministerios** que forman parte del **Grupo de Trabajo Interministerial de Internacionalización**² y teniendo en cuenta las aportaciones del sector privado. Asimismo, las **Comunidades Autónomas** han sido consultadas en el marco del **Consejo Interterritorial de Internacionalización**.

La irrupción de la pandemia, que ha exigido poner en pausa largos sectores de la economía y notablemente el sector exterior, ha ocasionado una recesión mundial en 2020 mucho más profunda que la de 2009. Se trata de una crisis global, pero su **impacto está siendo distinto en función de la evolución epidemiológica y la estructura económica de cada país**.

El comercio mundial se ha visto fuertemente afectado, sufriendo una caída considerablemente más intensa que la del PIB, como ya ocurrió en 2009. Desde el punto de vista sectorial, el impacto está siendo asimétrico, con sectores cuya actividad se ha reducido drásticamente, como los servicios asociados a viajes y turismo o los productos energéticos, cuya recuperación será más lenta, frente a otros como los productos médicos, alimentos o equipos electrónicos, para los que la demanda se ha incrementado. **La crisis claramente consolida una tendencia a favor de la digitalización y la omnipresencia de la tecnología**.

La reactivación del comercio y de la inversión directa debería ser un factor dinamizador de la recuperación, tal como ocurrió tras la recesión de 2008. Sería más necesario que nunca un nuevo impulso al enfoque multilateral y la retirada de las medidas proteccionistas de los últimos años. Sin

¹ La estrategia fue aprobada por acuerdo del Consejo de Ministros en septiembre de 2017. Su elaboración fue coordinada por la Secretaría de Estado de Comercio en el marco del Grupo de Trabajo Interministerial de Apoyo a la Internacionalización y fueron consultadas las CC.AA. en el ámbito de sus competencias, así como el sector privado: http://www.mineco.gob.es/stfls/mineco/comercio/pdf/170913_Estrategia_Internacionalizacion_2017.pdf

² Las contribuciones de los distintos ministerios se han incorporado al texto del plan, salvo en casos puntuales en los que, bien por su extensión, bien por su marcado carácter sectorial, se ha optado por incorporarlas como anexos.

embargo, parece más probable, como suele ocurrir en momentos de crisis, que se **agudice la tendencia creciente a medidas proteccionistas y se avive el nacionalismo económico**, imponiendo nuevas barreras al comercio, a la inversión y al movimiento de personas y profesionales de forma unilateral y fomentando la repatriación de la inversión exterior.

En 2021, si bien el contexto todavía sigue marcado por la incertidumbre ligada a la evolución de la pandemia, también es cierto que se han ido despejando algunas de las incógnitas que venían afectando a las relaciones económicas internacionales en los últimos años. Por una parte, las negociaciones del **Brexit han logrado una salida ordenada del Reino Unido de la Unión Europea en los aspectos económicos y comerciales** y por otra, la llegada del presidente Biden a la Casa Blanca hace esperar que **las tensiones trasatlánticas se atenúen** y que se empiece a trabajar en una agenda centrada en la búsqueda de soluciones a desafíos comunes a un lado y otro del Atlántico. Ambas cuestiones aportan **mayor certidumbre a los esfuerzos que desde los diferentes ámbitos de la administración española se están realizando para facilitar la recuperación económica**.

Desde que se inició la pandemia, el Gobierno de España, a través de la Secretaría de Estado de Comercio y sus organismos dependientes, ha estado muy cerca de las empresas exportadoras y ha logrado adaptar en poco tiempo una gran parte de sus instrumentos al nuevo contexto. Además, se han aprobado, mediante los reales decretos leyes de medidas económicas, líneas de apoyo financiero a las empresas exportadoras que han permitido incrementar su liquidez y potenciar su capacidad financiera. También se ha lanzado una nueva web de esta Secretaría de Estado con el fin de acercar lo máximo posible a nuestras empresas los instrumentos que ofrece en materia de apoyo a la internacionalización, así como una nueva aplicación web de Datacomex³, base de datos de referencia para el comercio exterior. ICEX- Invest in Spain ha creado asimismo una nueva web⁴ que facilite la generación de nuevos proyectos y que permita estar más cerca del potencial inversor.

El conjunto de medidas del **Plan de Choque frente a la Covid-19 en apoyo a la internacionalización**⁵ ha movilizado 2.643 millones de €. Este plan recoge todas aquellas medidas más inmediatas, con especial atención a pymes, desplegadas por los distintos instrumentos y organismos de apoyo a la internacionalización (ICEX, CESCE, COFIDES -FIEF/FONPYME- y FIEM) **para mitigar el impacto de la crisis sobre el sector exterior y proteger el tejido exportador** hasta que pueda recobrar su actividad con normalidad. También recoge las actuaciones destinadas a **promover la imagen de España asociada a la competitividad y a la excelencia productiva** y las realizadas ante la UE y en foros multilaterales como la OMC, OCDE, G20 **para mantener los mercados abiertos ante los crecientes riesgos de proteccionismo y preferencia por el consumo nacional**.

³ <https://comercio.gob.es/InversionesExteriores/Estadisticas/Paginas/Datainvox.aspx>

² <https://globalinvox.comercio.gob.es/>

⁴ <https://www.investinspain.org/es/index>

⁵ https://comercio.gob.es/es-es/estrategia_internacionalizacion/Paginas/plan-choque-frente-Covid-19-apoyo-internacionalizacion.aspx

El Ministerio de Industria, Comercio y Turismo a través de la Secretaría de Estado de Comercio y sus organismos dependientes (ICEX, CESCE y COFIDES) va a seguir trabajando para apoyar a las empresas en su proceso de internacionalización (sea como exportador o como inversor) en sus distintas vertientes: institucional, promoción, información y formación, incorporando novedades respecto del plan anterior ante los retos a los que se enfrenta la economía española, **en un contexto económico internacional marcado por la pandemia, la crisis climática, el resurgimiento de tendencias proteccionistas y otros factores como el *Brexit***, y ante los **fallos de mercado que siguen existiendo en la economía** (asimetría en la información de las empresas, particularmente pymes, recursos financieros insuficientes para determinadas empresas o proyectos, presencia de externalidades positivas o negativas, etc.).

España afronta estos retos con una situación del sector exterior en la que cabe destacar varias tendencias positivas, reforzadas por su evolución reciente:

- **ampliación de la base exportadora**, que ha aumentado de forma ininterrumpida, contando con unas 55.000 empresas que exportan de manera regular.
- **diversificación geográfica**, con una menor dependencia de la zona euro y un mayor peso de las exportaciones a Asia, África y Norteamérica, y menor de América Latina.
- **creciente peso del comercio exterior de servicios**, en particular, de los servicios no turísticos, cuyas exportaciones se cuadruplicaron entre el año 2000 y 2019.
- **inserción de España en las cadenas globales de valor (CGV)**, algo por encima del promedio de los países de la UE y OCDE. Esta favorable inserción en las CGV, muy vinculadas al comercio y la inversión internacionales, revela la capacidad de adaptación de las empresas españolas ante la reorganización en los últimos años de la producción mundial.

Manteniendo las actuaciones del Plan de Choque frente a la Covid-19 mientras sea necesario, las medidas de este Plan de Acción para la Internacionalización de la Economía Española 2021-2022 se han elaborado conforme a las líneas orientativas que señalaba dicho plan, para que los instrumentos y herramientas de apoyo a la internacionalización de la economía española ayuden a la **transformación del sector exterior y que se pueda adaptar a las nuevas tendencias, siendo más competitivo y resiliente. Dichas líneas orientativas son:**

- **Conseguir que el sector exterior se configure como pilar de crecimiento y empleo:**

Para ello, se continuará favoreciendo la **diversificación** de las exportaciones y la implantación de **nuestras empresas en sectores y destinos estratégicos, con atención a las oportunidades que puedan derivarse de la crisis.**

Las acciones del plan se concentran en los **sectores de hábitat, moda, cadena de valor agroalimentaria, sector salud, sector de tecnologías de la información y comunicaciones, infraestructuras - incluidas energías renovables, movilidad y agua -, sector del automóvil e industrias culturales, con especial atención al sector audiovisual.** En

todos los sectores, se prestará especial atención en asegurar la **sostenibilidad** e incorporar la **transición ecológica, digitalización y la tecnología**.

En colaboración con la Secretaría de Estado de Turismo y dado el fuerte impacto de la pandemia sobre el sector turístico español, líder mundial y con un elevado peso en el PIB y el empleo de nuestro país, este plan de acción pondrá el foco en la internacionalización de la empresa turística española, especialmente las de tamaño medio y pequeño altamente especializadas, con modelos de negocio singulares.

Se buscará **atraer la inversión extranjera directa en sectores estratégicos**, asegurando la coherencia con la política industrial y los planes sectoriales, incluyendo los planes ambientales y de lucha contra el cambio climático, así como las oportunidades que surjan en la reorganización de las cadenas globales de valor. Se reforzará el papel de ICEX-Invest in Spain, clave en la atracción de IED y detección de barreras. Los sectores de atención preferente serán las industrias de alto contenido tecnológico, **que contribuyan a los objetivos de la doble transición ecológica y digital**, haciendo especial hincapié en los sectores y subsectores relacionados con la **movilidad eléctrica y nuevas formas limpias de propulsión, las energías renovables, la optimización de la producción agroalimentaria y ciencias de la vida**.

Se prevé la revisión de la **Estrategia PASE**⁶ (Países con Actuación Sectorial Estratégica), con la incorporación **de Reino Unido** tras el **Brexit**.

- **Aumentar la resiliencia de nuestro sector exterior:**

Potenciar la **capacidad de resiliencia de nuestro sector exterior con instrumentos suficientes y adecuados a sus necesidades**, con especial atención a las pymes. Todos los instrumentos públicos al alcance de las empresas están siendo revisados para conseguir que nuestras empresas exportadoras sean más fuertes.

Acompañar a las empresas internacionalizadas en el cambio estructural necesario - y acelerado por las circunstancias - **hacia la digitalización y el uso masivo de tecnologías**.

Refuerzo de la seguridad en las cadenas globales de valor en las que España está integrada, mediante la creación de un marco estable, basado en reglas, diversificando las fuentes de oferta, abriendo nuevos mercados y desarrollando marcos cooperativos para un acceso a productos críticos, en línea con lo establecido en la Comunicación de la Comisión Europea sobre la Revisión de la Política Comercial de febrero de 2021.

Consolidar la sostenibilidad como herramienta de internacionalización en una estrategia empresarial vinculada a potenciar el impacto social y medioambiental en los mercados de

⁶ https://comercio.gob.es/es-es/estrategia_internacionalizacion/Paginas/plan-choque-frente-Covid-19-apoyo-internacionalizacion.aspx

destino, a reducir el riesgo ante marcos regulatorios potencialmente inciertos o cambiantes y como elemento dinamizador de la actividad de las empresas españolas en el exterior

Las orientaciones de este plan de acción están alineadas con el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia. Este plan, financiado con cargo al Mecanismo Europeo de Recuperación y Resiliencia, traza la hoja de ruta para la modernización de la economía española, la recuperación del crecimiento económico y la creación de empleo, para la reconstrucción económica sólida, inclusiva y resiliente tras la crisis de la Covid-19, y para responder a los retos de la próxima década. Este plan, está inspirado y alineado con la Agenda del Cambio, en la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas, y el Acuerdo de París, y se sustenta en cuatro pilares que vertebrarán la transformación del conjunto de la economía: transición ecológica, transformación digital, igualdad de género y cohesión social y territorial. Se estructura en torno a diez políticas tractoras, que van a incidir directamente en aquellos sectores productivos con mayor capacidad de transformación de nuestro tejido económico y social. En concreto, en **la Política Palanca V: “Modernización y digitalización del tejido industrial y de la pyme, recuperación del turismo e impulso a una España Nación Emprendedora”,** en el “Componente 13 de impulso a la pyme”, se recogen un conjunto de proyectos en materia de internacionalización, que serán financiados con cargo a fondos europeos. Se abordan **la internacionalización, digitalización y sostenibilidad** como estrategias para alcanzar un tamaño óptimo que aumente la competitividad del tejido productivo y reduzca su vulnerabilidad. **La coordinación con otras políticas, de entre las que destacan la industrial y de emprendimiento y la de transformación digital, así como la colaboración público-privada, son el hilo conductor de este componente, que aprovecha las sinergias entre estas políticas.**

La alta vulnerabilidad de las economías y sociedades modernas ante perturbaciones exteriores que se ha podido observar en 2020 ha hecho patente la importancia de comprender y adelantarse a los diferentes **riesgos externos**. En este nuevo escenario global, los aspectos climáticos y ambientales están siendo determinantes en las relaciones exteriores y en las políticas de desarrollo económico y social alentadas, entre otros, por los esfuerzos de la Unión Europea y más recientemente de la nueva administración de los Estados Unidos. La respuesta a la crisis, tanto a nivel europeo como nacional, ha tomado la forma de un **plan de reactivación económica basado en la apertura económica y la transformación productiva**, en este caso centrada en la **transición ecológica y la digitalización**. En este contexto la internacionalización resulta fundamental para aprovechar todo el potencial exportador derivado de esta transformación productiva.

Por su parte, **la Estrategia España Nación Emprendedora (ENE)** fija como una de sus medidas prioritarias el apoyo a la escalabilidad vía la internacionalización de las empresas españolas. Así, se propone potenciar las iniciativas de apoyo a la internacionalización de proyectos emprendedores innovadores, aportándoles inteligencia de mercado e industria y facilitándoles el apoyo a expertos sectoriales en el país de internacionalización. Esta línea de trabajo **impulsará el rol de la red de Oficinas Económicas y Comerciales en el exterior**, además de la cooperación con entidades locales que apoyen el emprendimiento innovador en su establecimiento en el país. Igualmente, la ENE fija como prioridad la atracción de sedes de empresas a España, y propone **intensificar la política activa de atracción de sedes de empresas innovadoras internacionales a España como vía para atraer inversión extranjera a nuestro país y generar empleo**. Para lograrlo se deberá crear un paquete de ayudas a la apertura de sucursales, centros de desarrollo o innovación que generen



empleo y transferencia del conocimiento; y un servicio de acompañamiento en la gestión administrativa y asesoramiento sectorial.

La Estrategia de Internacionalización de la Economía Española 2017-27 incluye un análisis de la situación de la economía española en materia de internacionalización en el que se identifican una serie de **fortalezas y debilidades**, a partir de las cuales se definen los **objetivos** a cuya consecución deben dirigirse los esfuerzos del sector público en apoyo de la internacionalización, para maximizar la contribución del sector exterior al crecimiento y a la creación de empleo. Este **Plan de Acción para la Internacionalización de la Economía Española 2021-22** parte de una **actualización del análisis de la situación del sector exterior**, a partir del que se definen **las medidas concretas** que, como las de sus predecesores, se agrupan en torno **a los seis ejes** que define la Estrategia de Internacionalización de la Economía Española 2017-2027:

Por último, la **Estrategia de Internacionalización 2017-2027 incorpora un ejercicio de evaluación** que permite, entre otros aspectos, medir los resultados de los sucesivos planes de actuación bienales y orientar las actuaciones de los siguientes. La evaluación del Plan de Acción 2017- 2018 ha sido ya publicada en la página web de la Secretaría de Estado de Comercio⁷, la del Plan de Acción 2019-2020 está prevista para el segundo semestre de 2021 y la evaluación de este plan, en 2023.

⁷ https://comercio.gob.es/es-es/estrategia_internacionalizacion/PlanAccion_20172018/Informe_Evaluacion_Plan_2017_2018.pdf

La evaluación es un ejercicio de transparencia y rendición de cuentas ante la ciudadanía y sirve, además, a los objetivos de mejorar la aplicación de las actuaciones en materia de internacionalización y contribuir a la mejora del diseño de planes futuros. **La Secretaría de Estado de Comercio ajusta los instrumentos de apoyo a la internacionalización a partir de las evaluaciones de sus resultados.**

Se resume a continuación el contenido de cada uno de los ejes, destacando las actuaciones principales:

EJE 1: OFRECER UN APOYO A LA INTERNACIONALIZACIÓN CADA VEZ MÁS ADAPTADO A LAS NECESIDADES Y AL PERFIL DE NUESTRAS EMPRESAS, PARTICULARMENTE CON EL FOCO EN MEJORAR EL ACCESO A LAS PYMES A LOS MERCADOS EXTERIORES

En línea con el anterior Plan de Acción 2019-2020, **un mayor conocimiento de las empresas y de sus necesidades es crucial para lograr una mayor adaptación de los programas y servicios de promoción de exportaciones, inversiones y de los instrumentos financieros públicos de apoyo a la internacionalización.**

La Red Exterior de Oficinas Económicas y Comerciales de la Secretaría de Estado de Comercio, integradas en las Misiones Diplomáticas o Representaciones Permanentes, se ha convertido en un activo crítico, esencial tanto para identificar oportunidades de negocio y anticipar tendencias, como para realizar gestiones en destino por cuenta de nuestras empresas. A las habituales **tareas de diplomacia comercial, identificación de oportunidades, elaboración de información de valor y generación de inteligencia comercial,** se han ido añadiendo otras, cuya importancia se ha visto en muchos casos aumentada por la pandemia, entre otras:

- la **identificación de suministradores críticos,** en un marco donde el impacto de la pandemia en el comercio internacional ha demostrado la necesidad de reforzar la resiliencia de las cadenas de valor;
- las tareas de **agencia y apoyo al cierre de operaciones comerciales y de inversión;**
- selección de **socios locales** y alianzas para reforzar el **anclaje de las empresas en los mercados de destino, con mayor presencia local,** permitiéndoles así mejorar la capacidad de reacción ante rupturas de mercado como la vivida;
- análisis de la **normativa y apoyo al compliance local,** especialmente en un período de incremento del rol del sector público (como inversor y regulador) en la actividad económica;
- el refuerzo de la **comunicación, las estrategias de imagen y la creación de “prescriptores” de opinión de la oferta española;**

- la focalización en **el mercado local y las necesidades del cliente extranjero**, trabajando desde la demanda y no solo desde la oferta de bienes y servicios españoles;
- la generación de nuevos **proyectos de inversión en España**, siendo la inversión directa extranjera un factor clave para la recuperación.

Todo ello en un contexto, además, de fuerte competencia internacional y de crecientes barreras técnicas.

Para un eficaz cumplimiento de sus funciones, **la estructura geográfica de la Red Exterior de Oficinas Económicas y Comerciales de la Secretaría de Estado de Comercio debe adaptarse a las necesidades de la empresa española en los mercados internacionales, que se encuentran en constante evolución.** La flexibilidad y capacidad para resolver problemas, identificar oportunidades, comunicarlas y apoyar a nuestras empresas en su aprovechamiento van a resultar esenciales en los próximos años; ello requiere refuerzos en formación, habilidades, y dotación de herramientas tecnológicas.

Por su parte, **la Red de Direcciones Territoriales y Provinciales de Comercio, por su proximidad a las empresas, constituye un elemento clave para conocer sus necesidades y apoyarlas de una forma directa y cercana.**

ICEX ofrecerá a las empresas una serie de instrumentos de apoyo a la internacionalización en función de su tipología y de sus necesidades específicas. Los servicios no solo deben ser diferentes y adaptados a cada tipo de empresa, sino también a cada fase de crecimiento de la empresa. Uno de los principales retos de ICEX en este nuevo periodo es atraer al grupo empresarial en su conjunto y mantener una relación cercana tanto con la sede como con las diferentes filiales en el exterior, abriendo la puerta a estas últimas a toda la cartera de servicios y poniendo en marcha otros nuevos y diseñados específicamente para ellas.

En un contexto de **movilidad reducida en el que las herramientas digitales se han vuelto imprescindibles, ICEX está potenciando ya todos sus servicios digitales**, aprovechando el impulso y desarrollo creciente de las plataformas de negocio digital, así como la evolución ascendente del comercio electrónico, acelerada por la pandemia. En este contexto, ICEX no sólo abordará la virtualización de aquellos de sus instrumentos susceptibles de funcionar en ese formato, sino que también ayudará a las empresas a adaptarse a la transformación digital que está marcando ya el futuro de la industria de promoción comercial. En particular, **ICEX continuará fomentando la presencia de las empresas españolas en las grandes plataformas electrónicas internacionales** y colaborando con aquellas plataformas que ofrecen las mejores posibilidades para nuestros sectores exportadores en cada mercado.

La presencia permanente en los mercados de destino refuerza la capacidad de la empresa de adaptarse a entornos cambiantes y disrupciones de mercado como los que hemos vivido el año 2020, reforzando la resiliencia del sector exterior. Algunos nuevos programas, como **ICEX Localiza**, van dirigidos a apoyar la presencia local de las empresas españolas en

los mercados objetivo, o en países próximos a los mismos, con especial prioridad a aquellos en los que dicha presencia aún es más reducida. **Localiza se configura como un nuevo programa estratégico de ICEX dirigido a reforzar la resiliencia de nuestro ecosistema empresarial.**

En lo relativo a los **instrumentos financieros**, el contexto actual se caracteriza por la diversidad de fuentes financieras disponibles en un contexto dado de proyectos bancables. **La competencia internacional en materia financiera obliga a una aproximación flexible y adaptada a las necesidades de las empresas para optimizar sus oportunidades de negocio. En este sentido, tanto CESCE, como FIEM, FIEX y FONPYME, ofrecen opciones de financiación a distintos tipos de proyectos.** La adaptación de los instrumentos a los proyectos y a las necesidades de los exportadores es de máxima importancia para optimizar las posibilidades de las empresas de originar proyectos. El objetivo a medio plazo es contar con unos **instrumentos financieros que aumenten su resiliencia para que esté en las mejores condiciones posibles cuando se retome con normalidad la actividad exportadora.** Siendo la financiación bilateral una opción especialmente atractiva por sus condiciones financieras, se seguirán reforzando las capacidades de estos instrumentos para, ya individualmente, o coordinados, ofrecer apoyo financiero a nuestros exportadores. En esta línea, el progresivo desarrollo de las finanzas sostenibles será determinante para impulsar el comercio exterior y las inversiones internacionales en las áreas de actividad clave en torno a las que se ha diseñado la estrategia de reactivación económica.

Desde la Secretaría de Estado de Comercio, a través de sus organismos y siempre en estrecha colaboración público-privada, se continúa trabajando en acciones vinculadas con el **Grupo de Trabajo sobre “Mujer e Internacionalización”**, que se constituyó en el marco del anterior Plan de Acción 2019-2020, con el fin de poner en marcha **medidas concretas que mejoren el papel de las mujeres en la internacionalización de la economía española.** Asimismo, **se reforzarán las actividades de difusión, formación e información**, partiendo de la premisa de que el acceso a capacitación de calidad constituye una pieza esencial para poder acceder al ámbito internacional y gestionar con éxito los procesos de internacionalización. La promoción del *networking* o el *mentoring* se perfilan como instrumentos adecuados para potenciar la participación y presencia de la mujer en el ámbito de la internacionalización. Se mejorará **la visibilidad de las iniciativas de mujeres** y promocionando las redes como instrumentos adecuados para potenciar la participación y presencia de la mujer en el ámbito de la internacionalización.

En el plano internacional, España como signataria de la Declaración de Buenos Aires (2017) en el marco de la OMC, continuará apoyando activamente **la integración de la perspectiva de género en la política comercial y en la eliminación de obstáculos que frenan la incorporación plena de las mujeres al comercio internacional.** En la UE, España apoya firmemente **la inclusión de un capítulo sobre género en todos los Acuerdos Comerciales que negocie la UE para que pueda entenderse mejor el impacto de dichos acuerdos en las mujeres.** Además, continuará apoyando iniciativas plurilaterales para desarrollar herramientas que permitan conocer mejor los vínculos entre comercio y género.

Contar con **información práctica y actualizada, accesible y fiable es hoy un imperativo. La Secretaría de Estado de Comercio ha actualizado sus páginas web y racionalizado los informes públicos** que están a disposición de los distintos usuarios (empresas, asociaciones, organizaciones empresariales, universidades, etc.) **con el objetivo de brindar una información más personalizada y que esté en continua actualización.** Es fundamental facilitar el acceso a los distintos programas e instrumentos, particularmente a las pymes, que tienen mayor dificultad.

La Agenda 2030 otorga un papel protagonista al sector privado en la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, dado su potencial para impulsar la transición hacia patrones de producción y consumo sostenibles en sectores económicos clave, generar empleos de calidad, así como contribuir a la igualdad de género a través de sus prácticas corporativas, entre otros. Al mismo tiempo, la UE avanza firme hacia un desarrollo sostenible, promoviendo actuaciones (i.e. el Pacto Verde, fondos recuperación, Acuerdos Comerciales, normativas, etc.) dirigidas a integrar los propósitos fijados por la Agenda 2030 en los instrumentos de planificación, las políticas, las estrategias y los marcos financieros de los Estados Miembros. **La Secretaría de Estado de Comercio considera la sostenibilidad como un elemento clave de competitividad empresarial: además del valor reputacional de la marca, la sostenibilidad puede contribuir a la reducción de costes en el proceso productivo, facilitar el acceso a nuevos mercados y nichos y fuentes de financiación, así como promover la innovación y la resiliencia a través de nuevas alianzas.** Resulta igualmente importante hacer un esfuerzo de difusión y sensibilización de prácticas empresariales alineadas con los ODS y con los Principios del Pacto Mundial en materia de derechos humanos, normas laborales, medioambiente y lucha contra la corrupción. Nuestras empresas cuentan con importantes ventajas competitivas en sectores clave para la consecución de los ODS tales como: agricultura, alimentos y bebidas, moda, depuración de agua y saneamiento, gestión de residuos, energías renovables, salud, turismo, etc. **Tenemos, por tanto, ante nosotros una gran oportunidad para fortalecer las estrategias de expansión exterior de nuestras empresas mediante la incorporación a éstas de criterios de sostenibilidad, para así consolidar la involucración real de las empresas españolas en la Agenda 2030, mientras mejoran su competitividad en el exterior** Por otro lado, en muchos mercados la introducción de criterios de sostenibilidad por parte de los operadores económicos está dejando de ser una opción para convertirse en un requisito.

EJE 2: INCORPORAR LA INNOVACIÓN, LA TECNOLOGÍA, LA MARCA Y LA DIGITALIZACIÓN A LA INTERNACIONALIZACIÓN

La Estrategia de Internacionalización 2017- 2027 señala el papel fundamental de la **innovación, de la tecnología, de la marca y de la digitalización en la internacionalización de nuestras empresas.**

La **innovación tecnológica** contribuye a que nuestras empresas produzcan y exporten bienes y servicios de mejor calidad a mercados exteriores muy exigentes. **Nuestro patrón exportador se ha ido especializando en productos de tecnología de media y alta gama, que representan hoy más del 50 % de las ventas al exterior, si bien existe margen de mejora.**

Además de ello, las pymes innovadoras españolas tienen un elevado peso en la financiación de la I+D, acometiendo casi el 50% de la I+D total, frente al 7% en Japón, el 11% en Alemania o el 17% en EEUU.

El reto de la economía española consiste en lograr incrementar tanto la inversión pública como la privada, lo que requiere aumentar el esfuerzo inversor privado en I+D+i⁸.

Por lo que se refiere **al impulso de la marca en las políticas de internacionalización**, responde a la necesidad de diferenciarse en un mundo con multitud de productos similares en términos de tecnología, calidad, sostenibilidad y servicios. En una época de proliferación de productos, enorme disponibilidad de elección del cliente y creciente acumulación en el mercado, la marca tiene un valor creciente para la empresa. **Las marcas se han convertido en motores del crecimiento y la competitividad, generando además un efecto determinante sobre la propia imagen comercial del país de origen.**

Por otra parte, para afrontar con éxito la internacionalización es también imprescindible incorporarse al mundo digital, no solo porque se abren oportunidades de crear nuevos negocios sino porque los tradicionales, los más maduros, están también obligados a reformularse y reinventarse⁹. Muchas de estas tendencias ya habían comenzado antes de la crisis, pero la adopción por las empresas, en lugar de ser progresiva, tendrá que ser mucho más rápida. **El éxito de las empresas en la internacionalización dependerá más que nunca de su capacidad de incorporar la digitalización en el modelo de negocios y de explorar todas las oportunidades que presenta.** *Es de gran importancia atender a la recomendación del sector privado de mantener e impulsar la digitalización para agilizar los procedimientos vinculados al comercio exterior y al transporte internacional de mercancías* (documentación de control de transporte de mercancías, certificaciones de exportación y legalización de documentos, plataformas digitales, market places, encuentros B 2 B, entre otros). **La administración debe apoyar e impulsar la digitalización para agilizar los procedimientos vinculados al comercio exterior y para que nuestras empresas puedan posicionarse en mercados cada vez más competitivos, en los que la comercialización online tiene un peso creciente.** En efecto, la transformación digital está modificando la forma de hacer negocios internacionales, los productos y servicios disponibles, los canales de venta o los mecanismos de relación con el consumidor. **La empresa española podrá ganar**

⁸ Ver Eje 2 "Innovación" de las Directrices Generales de la Nueva Política Industrial Española 2030 <https://www.mincotur.gob.es/es-es/gabineteprensa/notasprensa/2019/documents/docu%20directrices%20generales%20de%20la%20pol%C3%ADtica%20industrial%20espa%C3%ADola.pdf>

⁹ En línea con el Eje 1 "Digitalización" de las Directrices Generales de la Nueva Política Industrial Española 2030 <https://www.mincotur.gob.es/es-es/gabineteprensa/notasprensa/2019/documents/docu%20directrices%20generales%20de%20la%20pol%C3%ADtica%20industrial%20espa%C3%ADola.pdf>.

competitividad si aprovecha las oportunidades que ofrecen la tecnología, las redes sociales y las nuevas formas de comunicación para desarrollar nuevos bienes y servicios y modelos de comercialización, así como para conectar a los emprendedores, inversores y empresarios entre ellos y con otros operadores en un entorno competitivo global.

Los departamentos ministeriales y entidades que llevarán a cabo las respectivas actuaciones de este eje son fundamentalmente: **el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación y el Ministerio de Universidades junto con la entidad pública empresarial, CDTI** dependiente de aquel y la **Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial. La Secretaría de Estado de Comercio** también llevará a cabo actuaciones en este ámbito, concretamente en el ámbito del control del comercio de mercancías y colaborará estrechamente con todos con el objetivo de lograr la mayor incidencia posible en la internacionalización.

Por último, en este eje también se incluyen todas las actuaciones de la Secretaría de Estado de Comercio en el marco del eje de **Digitalización del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia** para adaptar los instrumentos de la política comercial y de apoyo a la internacionalización de las empresas, en especial de las pymes, para que sean más eficaces, inclusivos y sostenibles social y medioambientalmente, así como para analizar y fortalecer el ecosistema emprendedor español.

EJE 3: DESARROLLO DE TALENTO PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN

Al talento es un factor de competitividad de las empresas y clave para su crecimiento internacional. En el proceso de internacionalización empresarial, disponer del talento y las personas adecuadas es condición necesaria y muchas veces suficiente para el éxito, muy por delante de otros factores de producción como el capital o la tecnología.

Las empresas internacionalizadas crean más empleo. Se estima que más de 3 millones de puestos de trabajo en España dependen de la demanda externa. Además, existen 10.135 filiales de empresas españolas en el exterior que emplean a 1.668.706 personas¹⁰.

Las empresas españolas necesitan talento y personas cualificadas en temas de internacionalización y disponer de profesionales con una formación sólida que les acompañen en la adaptación a las necesidades cambiantes que los mercados internacionales demandan.

Desde la Administración pública se potenciará la formación en internacionalización empresarial mediante una amplia oferta de Master, cursos y programas adaptados a las nuevas tecnologías educativas en remoto y formatos asíncronos con tendencia al microaprendizaje y seguimiento adaptativo del alumno con inteligencia artificial. Toda la

¹⁰ Fuente: Registro de Inversiones. Secretaría de Estado de Comercio.

oferta formativa intensificará los contenidos en **transporte y logística, digitalización y sostenibilidad medioambiental y social**, bien con cursos específicos o incluyendo módulos y asignaturas en sus programas. **Desde la perspectiva de la política industrial, se impulsará la colaboración público-privada para el desarrollo de programas formativos en disciplinas STEM que aúnen formación y prácticas o trabajo en las empresas patrocinadoras¹¹.**

El sistema educativo español en sus diferentes etapas, con especial protagonismo de las universidades de un lado, y de los centros de formación profesional de otro, debe desempeñar la función de formar profesionales con conocimientos, competencias y habilidades que, en los distintos ámbitos o necesidades laborales, **tengan capacidad de liderar los procesos de internacionalización de las respectivas empresas, organizaciones o entidades.** Profesionales que, asimismo, deben disponer de capacidades para adaptarse a los rápidos cambios que en todos los órdenes supone la actual disrupción tecnológica, muy focalizada en la digitalización intensa de las actividades de producción, distribución y consumo de bienes, de las interrelaciones comerciales y de relaciones sociales. De esta forma, **las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación se convierten, en este escenario de digitalización permanente, en un potente espacio de innovación en la gestión de las empresas y del talento en las mismas y en el resto de organizaciones o entidades.** De ahí la trascendencia de formar flexible y adaptativamente al cambio a operarios, técnicos, profesionales, y cuadros directivos, en coherencia con la política industrial.

Pero el sistema universitario español no dispone de la suficiente oferta de prácticas laborales para que los egresados puedan adquirir la experiencia de trabajo que requieren las empresas en sus demandas de empleo. En el contexto internacional, esta necesidad es aún más acuciante, ya que la experiencia debe incorporar las habilidades de comunicación, negociación y trabajo en equipo en un entorno multicultural. Por esta razón, **el Plan prevé un impulso de los programas de Becas y de las prácticas en empresas internacionalizadas.**

También se mantendrán y **potenciarán los programas de movilidad laboral internacional**, con el fin de que nuestro país disponga de personas mejor preparadas para acompañar a las empresas españolas en sus procesos de internacionalización. Es fundamental que la administración apoye a las empresas en **la atracción del talento extranjero**, facilitando la entrada y residencia en nuestro país de profesionales altamente cualificados, emprendedores, trasladados intraempresariales, investigadores e inversores extranjeros a través de los mecanismos establecidos en la Ley 14/2013, entre otros.

Los departamentos ministeriales y entidades que llevarán a cabo las respectivas actuaciones de este eje son fundamentalmente: **el ICEX-CECO, la Escuela de Negocios de ICEX, Red.es, el Ministerio de Universidades y su organismo autónomo el Servicio español para la Internacionalización de la Educación (SEPIE), el Ministerio de Educación y Formación**

¹¹ Ver Eje 3 "Capital humano" de las Directrices Generales de la Nueva Política Industrial Española 2030 <https://www.mincotur.gob.es/es-es/gabineteprensa/notasprensa/2019/documents/docu%20directrices%20generales%20de%20la%20pol%C3%ADtica%20industrial%20espa%C3%B1ola.pdf>

Profesional, la Escuela Diplomática adscrita al Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación, la Secretaría de Estado de Migraciones del Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones, y la Secretaría de Estado de Empleo y Economía Social del Ministerio de Trabajo y Economía Social.

EJE 4: APROVECHAR MEJOR LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO DERIVADAS DE LA APERTURA DE LOS MERCADOS POR LA POLÍTICA COMERCIAL COMÚN Y DE LA FINANCIACIÓN DE LAS INSTITUCIONES FINANCIERAS INTERNACIONALES, LA UNIÓN EUROPEA Y OTROS ORGANISMOS INTERNACIONALES

Estos últimos años han visto un crecimiento importante de las **medidas unilaterales de proteccionismo comercial a escala global**, que se ha visto exacerbado más recientemente con motivo de la pandemia. Además, con la Covid-19 se ha hecho evidente **el impacto de los temas de salud sobre todos los ámbitos de la vida y la necesidad de emprender acciones destinadas a promover la seguridad de los suministros y cadenas de valor más resistentes al tiempo que se impulsa una recuperación económica sostenible.**

Ante este escenario cobra, si cabe, más relevancia, **defender un sistema multilateral de comercio abierto, transparente, justo y basado en reglas actualizadas que den respuesta a los desafíos del comercio internacional actual, al tiempo que se maximizan las oportunidades que se derivan de la extensa red de acuerdos comerciales de la UE con terceros países.**

La medida para incrementar la resiliencia viene principalmente de la mano de la diversificación de suministradores, para lo cual la ratificación de aquellos acuerdos comerciales en proceso de negociación es clave, así como la completa implementación de los acuerdos ya en vigor. Los acuerdos preferenciales proporcionan además un marco institucional que debe ser explotado, haciendo un mayor énfasis en el abastecimiento especialmente de determinados insumos críticos o estratégicos, y creando un entorno normativo adecuado, que no genere incertidumbre adicional.

En esta misma línea, España contribuye activamente en el ejercicio iniciado por la Comisión para la revisión de la política comercial de la UE, **con la visión de lograr una “Autonomía Estratégica Abierta” para Europa** y centrada en el fortalecimiento de la capacidad de la UE para defender los intereses de sus operadores económicos en el plano multilateral, bilateral e interno. **La iniciativa tiene por objetivo responder a los nuevos retos mundiales, como la digitalización, el cambio climático, la sostenibilidad y la proliferación de medidas proteccionistas. También lograr una relación económica más equilibrada con nuestros socios comerciales.**

De manera complementaria, en el plano multilateral España apoyará en el seno de la UE las iniciativas para lograr un sistema multilateral de comercio reformado y capaz

de dar respuesta a los desafíos del comercio internacional. La situación en el ámbito internacional, con la crisis sanitaria y los actuales retos, hacen necesario una atención aún mayor al desarrollo de la gobernanza internacional en el ámbito comercial, en la **OMC, la OCDE y el G20**, a la vez que se defienden nuestros intereses.

Adicionalmente, continuará nuestra labor en el seno de la **UNCTAD**, de las diferentes **Instituciones Financieras Internacionales (IFIS)**, las **Naciones Unidas** y otros organismos internacionales de carácter sectorial con el **objetivo de incrementar el éxito de las empresas españolas en las licitaciones de dichos organismos.**

Desde el sector público, en particular **a través de la Red Exterior de Oficinas Económicas y Comerciales de la Secretaría de Estado de Comercio**, se fomentará la **participación de empresas españolas en licitaciones internacionales**, reforzando las herramientas de inteligencia empresarial que tiene la Secretaría de Estado de Comercio, para profundizar en el conocimiento de las licitaciones internacionales y poder mejorar el posicionamiento de España en los procesos de adjudicación.

EJE 5: POTENCIAR LA CAPTACIÓN Y CONSOLIDACION DE LA INVERSIÓN EXTRANJERA DE ALTO VALOR AÑADIDO

Durante la primera mitad del año 2020, los flujos de inversión extranjera estuvieron sometidos a fuertes tensiones derivadas de la pandemia. De acuerdo con los datos disponibles de la UNCTAD, en el primer semestre del año 2020, la IED a nivel mundial cayó en un 49%. **En España, los flujos de inversión también se vieron afectados, pero la caída no fue tan pronunciada como en otras economías.**

Nos encontramos pues en un momento en el que, por una parte, **la IED se ha reducido drásticamente a nivel mundial, mientras por otra, estos flujos de inversión se presentan como pieza clave de la recuperación de las economías.** En este contexto y ante los movimientos de reorganización en las cadenas de valor globales buscando una mayor seguridad estratégica, es de esperar que se intensifique la competencia entre los países de nuestro entorno por atraer nuevos proyectos de inversión. Por ello, es más necesario que nunca **continuar trabajando desde el sector público para atraer inversión extranjera a nuestro país que favorezca el crecimiento sostenible, el empleo de calidad, la innovación y la atracción de talento.**

A la hora de aumentar el **atractivo de un país como destino de inversiones, la actividad regulatoria cobra especial protagonismo.** Es preciso, por tanto, conseguir un marco regulatorio cada vez más favorable para el clima de negocios y el entorno empresarial. Este es uno de los objetivos del Gobierno que busca:

- la simplificación de la normativa existente, de forma que no suponga un obstáculo ni para la creación de nuevas empresas ni para la atracción de inversiones internacionales y
- la predictibilidad y transparencia del entorno regulatorio.

Para ello, desde diversas instancias ministeriales y entidades públicas se pondrán en marcha **medidas dirigidas a la captación de inversiones estratégicas y a la retención y consolidación de los proyectos ya existentes en nuestro país, asegurando la coherencia con la política industrial y los planes sectoriales y aprovechando las oportunidades que surjan en la reorganización de las cadenas globales de valor.**

En concreto, **ICEX-Invest in Spain:**

- Potenciará su tarea de **Policy Advocacy** y contribuirá a la mejora del clima de negocios.
- Reforzará su **política de aftercare** y de retención de la inversión ya establecida en España.
- Alineará su estrategia de **atracción de inversiones con los sectores del plan de transformación de la economía española.**
- Reforzará la estrategia de atracción de **inversiones de América Latina.**
- **Apoyará la inversión en I+D+i y la atracción de talento.**

EJE 6: REFORZAR LA COORDINACIÓN Y COMPLEMENTARIEDAD DE LAS ACCIONES DE TODOS LOS ACTORES RELEVANTES EN MATERIA DE INTERNACIONALIZACIÓN

El artículo 50.2 de la Ley 14/2013, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización, establece que **el Gobierno dirige las políticas de fomento de la internacionalización y que su coordinación corresponde al MINEICO, actualmente al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, a través de la Secretaría de Estado de Comercio, sin perjuicio de las competencias que el ordenamiento jurídico otorga a los distintos ministerios y a las Comunidades Autónomas.**

Dada la multiplicidad de actores y la diversidad de actuaciones y servicios en fomento de la internacionalización, **el refuerzo de la colaboración y coordinación** ha sido destacado como una de las líneas de actuación prioritarias de la Estrategia 2017-2027 y de los planes que la desarrollan. Esta colaboración tiene como finalidad **un ahorro de costes, la racionalización de recursos y una mayor cohesión en la imagen-país que se transmite.**

Como se destacaba ya en el Plan de Acción 2019-20 y la pandemia ha corroborado, **es primordial integrar los sistemas de soporte, mediante plataformas de videoconferencia, compartiendo información y bases de datos, etc. Particularmente en el ámbito de la colaboración entre la AGE y las CCAA, ésta debe orientarse al mejor aprovechamiento**

no solo de los recursos respectivos, sino también de los recursos que se puedan obtener de terceros, en particular, de la Unión Europea.

Las actuaciones de los planes de acción se rigen por los **principios de coherencia y coordinación** de las Administraciones Públicas y **complementariedad** con la actuación del sector privado que establece dicha ley.

Todo ello adquiere una gran relevancia en el contexto actual, en el que la colaboración público-privada adquiere un protagonismo mayor, si cabe, que en planes anteriores. Desde la Secretaría de Estado de Comercio se incrementarán los esfuerzos para que todos los departamentos y organismos públicos con actuaciones en materia de fomento de la internacionalización trabajen de forma coordinada y eficiente, junto al sector privado, con el fin de ayudar a transformar al sector exterior para que sea más competitivo y resiliente y que se pueda adaptar a las nuevas tendencias con rapidez. Asimismo, este plan está alineado con **el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia**, que traza la hoja de ruta para la modernización de la economía española, la recuperación del crecimiento económico y la creación de empleo, para la reconstrucción económica sólida, inclusiva y resiliente tras la crisis de la Covid-19, y para responder a los retos de la próxima década.

En línea **con el refuerzo mutuo entre la política industrial y la de internacionalización** ya destacado en este documento, la política industrial aboga por el incremento de la base de empresas industriales que exportan de forma regular, la potenciación de la captación de inversión industrial extranjera, el refuerzo de las entidades públicas de internacionalización y de los instrumentos públicos de apoyo a la exportación. Para facilitar a las empresas industriales la exportación de sus productos, se dará apoyo institucional y económico a las entidades de la infraestructura de la calidad.

El objetivo es, por un lado, poder tener representación efectiva en los foros donde se desarrollan las normas tanto europeas como internacionales y de esta manera poder defender los intereses industriales nacionales y por otro, fomentar el reconocimiento mutuo de las certificaciones de calidad al objeto de evitar barreras no arancelarias.

Para ello, **se dará apoyo tanto a la Asociación Española de Normalización, como entidad de normalización española, para lograr una participación efectiva en la elaboración de las normas de productos y servicios europeas e internacionales, como a la entidad nacional de acreditación, para fomentar su participación en los foros internacionales de acreditación y fomentar su participación en el mayor número posible de acuerdos de reconocimiento mutuo con terceros países, al objeto de que las certificaciones de calidad emitidas por los verificadores españoles acreditados sean válidas en terceros países y evitar de esta manera barreras no arancelarias.**

Por otra parte, como también se ha señalado ya en este documento, **muchas otras políticas influyen en la internacionalización, del mismo modo que las políticas de interna-**

cionalización tienen efectos sobre otros muchos ámbitos. Además de las conexiones entre internacionalización e innovación, responsabilidad social y sostenibilidad ya destacadas en otros ejes, en este se incluyen medidas sugeridas por otros departamentos ministeriales que **buscan encontrar sinergias entre las políticas de internacionalización y otras políticas de otros ámbitos de la administración como la igualdad de género, la movilidad, el transporte y la logística, la transición ecológica y lucha contra el cambio climático, el acceso al agua, economía social, emigración, terrorismo, transparencia y lucha contra el blanqueo de capitales y corrupción, etc.** En particular, el Plan de Acción para la Internacionalización de la Economía Española 2021-2022 está en consonancia con la Estrategia de Acción Exterior 2021-2024, elaborada de conformidad con el mandato de la Ley 2/2014 sobre la Acción Exterior y el Servicio Exterior del Estado y aprobada por el Consejo de Ministros de 27 de abril de 2021. Esta estrategia establece como uno de los ejes prioritarios de la acción exterior de España el desarrollo de la diplomacia económica, y señala la necesidad de potenciar sus instrumentos económicos y políticos, especialmente los dedicados a promover la internacionalización y competitividad de las empresas, siguiendo los principios de coordinación y unidad de acción en el exterior.

II. LA INTERNACIONALIZACIÓN EN EL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACION Y RESILIENCIA

Las actuaciones de impulso a la internacionalización de la economía española se verán reforzadas en el periodo 2021-2022 con fondos europeos procedentes del Mecanismo de Recuperación y Resiliencia, instrumentados en España a través del **Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR)**.

Los recursos procedentes del PRTR de la palanca V, componente 13, destinados a la internacionalización, serán durante el período 2021-2023 de 201,9 millones de euros.

En concreto, los fondos europeos financiarán los siguientes programas:

Eje 1: ofrecer un apoyo a la internacionalización cada vez más adaptado a las necesidades y el perfil a las empresas.

Línea no reembolsable FIEM para estudios de viabilidad

Línea de financiación no reembolsable de estudios de viabilidad, factibilidad, pre factibilidad y modernización sectorial e institucional con cargo al Fondo para la Internacionalización de la Empresas (FIEM).

Programa de Ampliación de la base Exportadora PABE (ICEX)

Incluye desarrollo de una herramienta de Autodiagnóstico on line a disposición de las empresas (capacidades básicas para la internacionalización; situación en cuanto a palancas de competitividad clave; y servicios que ICEX le puede ofrecer); un nuevo sistema de portales más fáciles, usables y con herramientas que faciliten la navegación; y un sistema de apoyo personalizado para la internacionalización empresarial (APIEm) que ofrecerá servicios de identificación, asesoramiento y guía personalizada a pequeñas empresas sin o con muy poca experiencia en la exportación (coordinados con la Red Territorial de la Secretaría de Estado de Comercio).

Ayudas para la apertura y consolidación de mercados terceros

Subvenciones para gastos derivados de inspecciones y auditorias de autoridades de países terceros, derivados de la certificación/homologación vinculados con requisitos obligatorios de terceros países, o gastos jurídicos y de consultoría para procedimientos de defensa comercial (antisubvención, salvaguardia, antidumping) y procedimientos de usurpación de marcas u otros procedimientos que afecten a intereses de empresas españolas.

Se asignarán mediante convocatorias, a las que podrán presentarse empresas que hayan tenido gastos relacionados con estos procedimientos. Podrán concederse ayudas de hasta el 50% de los gastos justificados.

Eje 2: Incorporar la innovación, la tecnología, la marca y la digitalización a la internacionalización.

Fortalecimiento del ecosistema de empresas de rápido crecimiento (ICEX)

Programa de aceleración y crecimiento empresarial dirigido a empresas emergentes. Consta de: actuaciones de formación, consultoría especializada y clases magistrales y acercamiento a través de expertos a los principales polos de emprendimiento y tecnología.

Digitalización de asociaciones exportadoras y Cámaras de comercio

Programa de fortalecimiento de los sistemas de comunicación, servicios telemáticos y digitalización de las asociaciones y federaciones exportadoras y de la Cámara de Comercio de España y Cámaras de Comercio españolas en el extranjero y federaciones de Cámaras con reconocimiento oficial.

DIGITAL ICEX

Digitalización de los servicios del ICEX, incluyendo Campus Virtual.

Digitalización de instrumentos de apoyo a la Internacionalización

Impulso a la digitalización de los servicios de la administración para el apoyo a la internacionalización: desarrollo de herramientas de Big data y modelización, refuerzo de servicios de control y seguimiento de inversiones internacionales para agilizar los procedimientos, digitalización y modernización de los procedimientos del Servicio de Inspección para el control de mercancías.

Eje 3: Desarrollar el capital humano para la internacionalización.

Programa VIVES (ICEX)

Ayudas para la contratación en prácticas de jóvenes profesionales en empresas españolas con filiales en el exterior.

Mentoring internacional (Cámara de Comercio de España)

Programa para la mejora de la formación y la capacitación en internacionalización, aprovechando la experiencia y conocimientos de empresas internacionalizadas socias de la Cámara.

Eje 4: Aprovechar mejor las oportunidades de negocio derivadas de la política comercial común y de las instituciones financieras y organismos internacionales.

Impulso a la inversión de impacto (COFIDES)

Programa de impulso de proyectos de inversión de impacto de COFIDES mediante el pago de 'bonus' en los costes de financiación

Eje 5: Potenciar la captación y consolidación de la inversión extranjera de alto valor añadido.

INNOVAInvest (ICEX)

Programa de ayudas para atracción de inversiones con alto componente innovador de empresas con participación de capital extranjero (mínimo 10%). Pueden ser proyectos green-field, empresas ya instaladas con nuevos proyectos, proyectos de I+D de empresas nacionales en las que entre un socio financiero extranjero.

III. INTERNACIONALIZACIÓN DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA: DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN

La economía española mantuvo una senda de creciente internacionalización hasta 2019, que se ha visto interrumpida por el impacto de la pandemia en 2020.

La economía española ha mantenido una tendencia hacia una creciente internacionalización de forma sostenida hasta 2019. El impacto económico de la covid-19 ha interrumpido de forma brusca este proceso. De forma similar a lo ocurrido con la recesión de 2009, es previsible que este efecto sea temporal, de manera que el sector exterior vuelva a actuar como motor de la recuperación a partir de 2021.

Las exportaciones españolas de mercancías se incrementaron¹² un 1,8% en 2019. Esta evolución presentó el décimo año de incrementos continuados. Por su parte, las importaciones de mercancías aumentaron un 1,0%.

En comercio de servicios, en 2019, los ingresos aumentaron un 6,4% y los pagos un 10,0%, con los servicios no turísticos mostrando un mayor dinamismo. En este último caso, los ingresos crecieron un 10,2% y los pagos un 9,3%.

En definitiva, en 2019, en un contexto de ralentización del crecimiento y del comercio mundial, la internacionalización de la economía española continuó su senda, con exportaciones e importaciones crecientes, así como con un mayor número de exportadores regulares en todos los tramos de exportación.

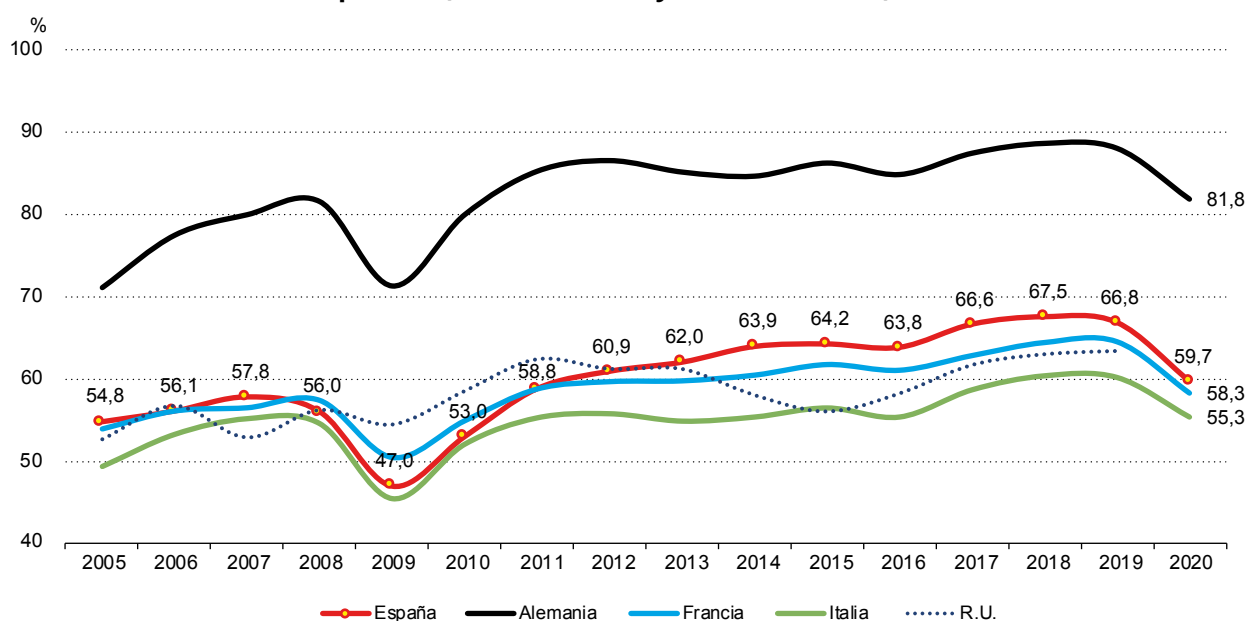
Al inicio de 2020, el sector exterior español mantenía la misma tendencia favorable de años anteriores. Sin embargo, a partir de marzo, el impacto económico de la crisis sanitaria alteró de forma brusca esta evolución positiva. Como se analizará más adelante, tanto exportaciones como importaciones de bienes sufrieron una severa contracción en abril y mayo, con caídas interanuales que superaron el 30% en ambos casos. **A partir de junio, ambos flujos han experimentado una recuperación paulatina**, más dinámica en el caso de las exportaciones. No obstante, los datos acumulados de 2020 muestran una caída significativa (-10,0% las exportaciones de bienes y -14,7% las importaciones). La caída del comercio de servicios no turísticos, según la balanza de pagos, fue algo más moderada que la de bienes: las exportaciones disminuyeron un 9,6% y las importaciones un 12,2%. Por el contrario, los flujos de turismo y viajes experimentaron una contracción drástica: los ingresos se desplomaron un 77,3% y los pagos un 69,2%.

El grado de apertura de la economía española, calculado como la suma de exportaciones e importaciones de bienes y servicios respecto al PIB, se situó en 2019 en el 66,9%. Son prácticamente 20 puntos más que en 2009 y 9 puntos más que el máximo previo a la crisis en 2007. Esto supone que el comercio exterior es esencial para la economía española, de forma similar a lo que ocurre en otras

¹² Con datos de comercio declarado del Departamento de Aduanas e II. EE. de la Agencia Tributaria en términos nominales.

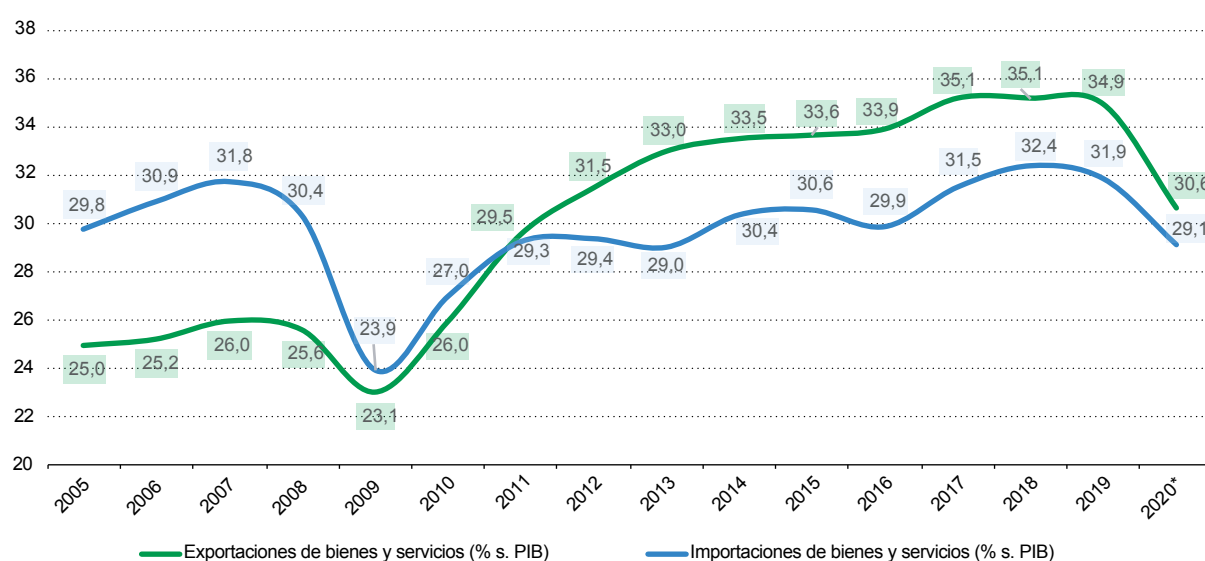
economías de nuestro entorno, como Italia, Francia o Reino Unido. Esta misma conclusión se alcanza si consideramos solo las exportaciones de bienes y servicios respecto al PIB (34,9%). **En 2020, estas ratios bajaron notablemente por el impacto de la pandemia sobre el comercio exterior.** Según la contabilidad nacional del cuarto trimestre, el coeficiente de apertura se situaría en el 59,7% del PIB y el peso de las exportaciones de bienes y servicios sería del 30,6% del PIB.

Gráfico 1. Coeficiente de apertura (X + M de bienes y servicios / PIB %)



Fuente: Eurostat, National Accounts. Actualizado: 12/04/21

Gráfico 2. Exportaciones e importaciones de bienes y servicios: % sobre PIB



Fuente: INE, Contabilidad Nacional Anual. *Trimestral 26/03/21

Este proceso de progresiva internacionalización de la economía española ha supuesto un mayor acceso a los mercados exteriores de bienes y servicios y una considerable integración en cadenas regionales y globales de valor. La integración internacional contribuye al aumento de la productividad y al crecimiento económico. Por este motivo, España y la UE en conjunto, son firmes defensoras de una economía internacional abierta, basada en reglas justas y transparentes, que permitan una competencia internacional en igualdad de condiciones. Desde 2018 se ha producido un aumento de las tensiones proteccionistas, entre las que destacan las tensiones comerciales entre Estados Unidos y China. Esta tendencia se agudizó durante los primeros meses de la pandemia, con la imposición de nuevas barreras al comercio, a la inversión y al movimiento de personas. En el actual contexto de crisis económica y elevada incertidumbre a nivel global, sería más necesario que nunca un nuevo impulso al enfoque multilateral y la retirada de las medidas proteccionistas adoptadas en los últimos años.

Asimismo, los esfuerzos internacionales por avanzar la transformación hacia la neutralidad climática suponen una gran oportunidad para modernizar, facilitar la innovación y mejorar la competitividad de la economía española, a la vez que se genera empleo de calidad y se mantiene una economía abierta y bien integrada en las cadenas de producción globales.

De este modo, la transición ecológica ya no es sólo una cuestión ambiental, es también un factor clave económico y de la competitividad de nuestras empresas. Puede transformarse en una palanca central para la internacionalización de la economía y un factor dinamizador de la actividad de nuestras empresas en el exterior. La internacionalización de la empresa española constituye una valiosa oportunidad para promover la exportación del modelo español de transición ecológica a terceros países, pero también para atraer inversión privada extranjera hacia proyectos sostenibles en España, que de esta forma ayuden a consolidar el cambio de modelo. Contamos con empresas punteras en los sectores del futuro, aquellos por los que apuestan los planes de recuperación y los planes de lucha contra el cambio climático, (i.a. movilidad sostenible, energías renovables, redes eléctricas, hidrógeno renovable, gestión de residuos, depuración de aguas y rehabilitación energética), donde algunas empresas españolas tienen ya una presencia destacada y otras la oportunidad de tenerla.

Partiendo de esta ventaja comparativa, la necesidad de que las empresas integren las tendencias de los mercados como las finanzas sostenibles, la gestión del riesgo climático o las nuevas pautas de solvencia ambiental produciendo más con menos, debe ser un factor clave a destacar en los planes de apoyo a la internacionalización y el camino a recorrer por nuestras empresas en el exterior.

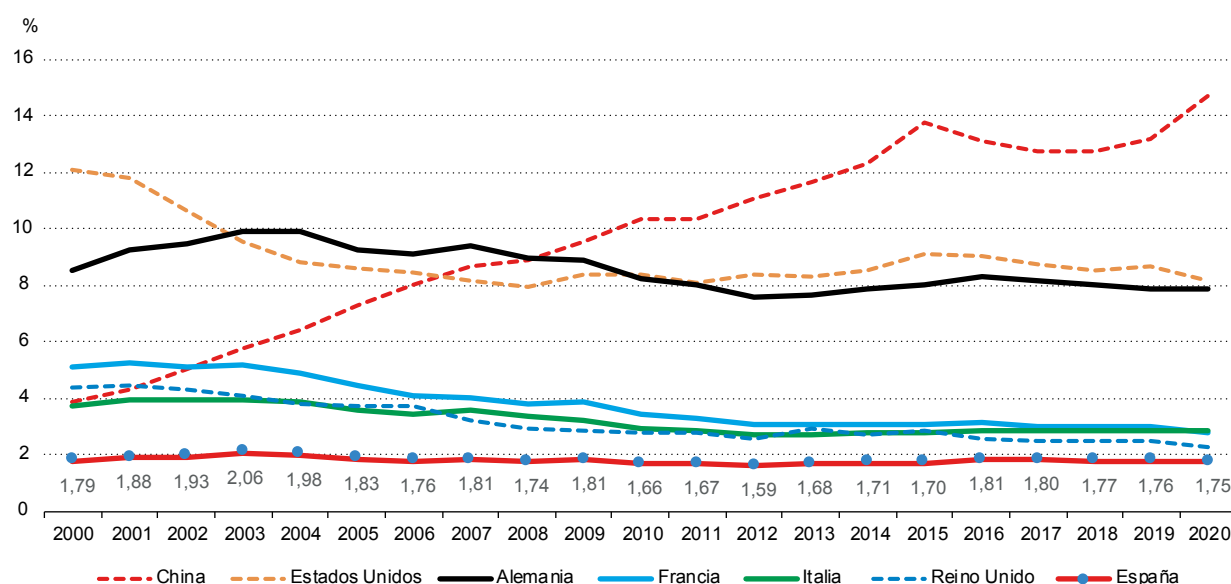
Por otro lado, la alineación de los esfuerzos de la cooperación internacional española para el desarrollo con la transición ecológica puede favorecer la presencia de las empresas y de la tecnología española en los ámbitos de la energía, el agua, la economía circular o la gestión de residuos.

El avance continuado del proceso de internacionalización de la economía española se ha venido apoyando sobre una serie de **fortalezas del sector exterior** que se van a analizar a continuación:

La evolución de la cuota de las exportaciones españolas en el mercado mundial refleja una mejora de competitividad de España en los últimos años.

La cuota de España en las exportaciones mundiales de bienes y servicios fue del 2,0% en 2019, superior al 1,6% que España representa en el PIB mundial. En las exportaciones de mercancías, España suma el 1,76% de las exportaciones mundiales y ocupa el 16º lugar en el ranking de exportadores. En un periodo caracterizado por una fuerte presión de las economías emergentes en el comercio mundial, es destacable que España haya logrado prácticamente mantener su participación en las exportaciones mundiales mientras que los principales países europeos han visto retroceder su cuota desde el año 2000.

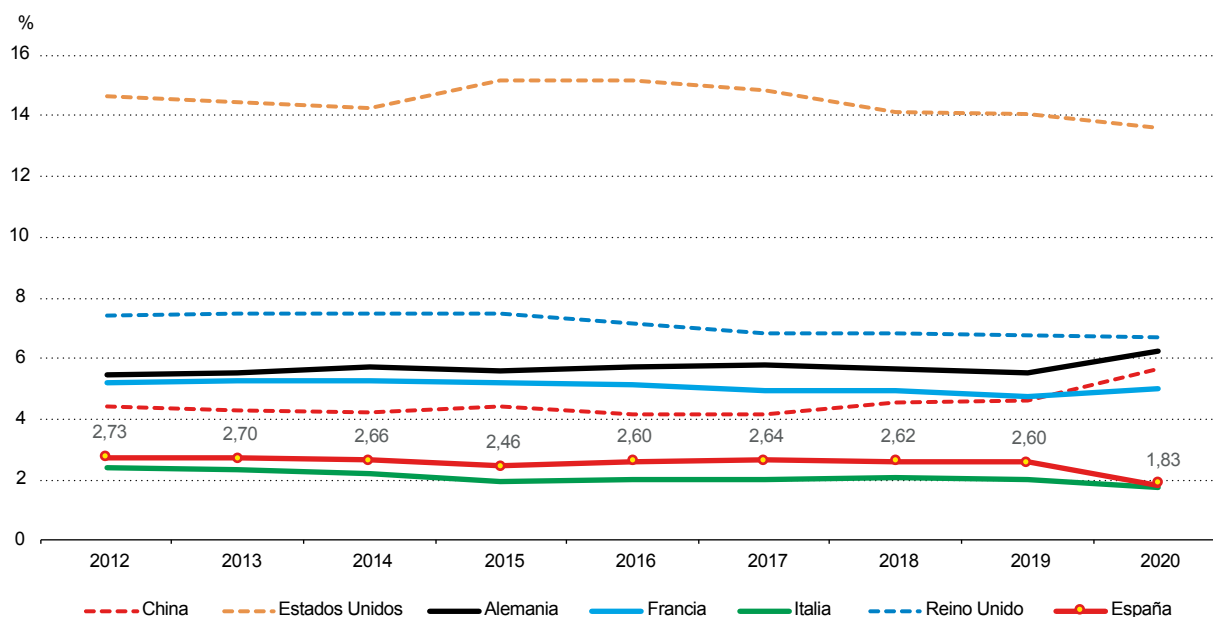
Gráfico 3. Peso sobre las exportaciones mundiales de mercancías (%)



Fuente: OMC, abril 2021

En el caso de los servicios, en 2019 España representó el 2,60% de las exportaciones mundiales de servicios comerciales ocupando el 11º lugar en el ranking de exportadores. Los servicios representan casi un tercio del total de las exportaciones españolas de bienes y servicios, con un creciente protagonismo de los servicios no turísticos. **En 2019, prácticamente la mitad (49,3%) de los ingresos por servicios provinieron de los servicios no turísticos**, desde apenas un 40,2% en el año 2000. En 2019, un 15,9% del total de los ingresos por exportaciones de bienes y servicios procedieron de los servicios no turísticos (entre los cuales destaca la buena marcha de los servicios prestados a empresas) mientras que un 16,4% provino de los servicios turísticos¹³. Estas cifras disminuyeron notablemente en 2020 por el colapso del turismo internacional provocado por la crisis sanitaria.

¹³ En términos de saldos, sin embargo, los servicios turísticos presentan un superávit que en 2019 fue 3,7 veces el de los servicios no turísticos.

Gráfico 4. Peso sobre las exportaciones mundiales de servicios comerciales (%)

Fuente: OMC, abril 2021. Dato 2020 a partir de la estimación con datos trimestrales.

España consolida sus avances en los principales indicadores de competitividad.

La posición de España en determinados rankings internacionales se ha mantenido o ha mejorado en los últimos años. Así, por ejemplo, en el índice *Doing Business 2020* España ocupa la posición 30º, repitiendo posición respecto al año anterior, y habiendo ganado 3 posiciones desde 2015. Asimismo, en el *World Competitiveness Yearbook* de 2020 del IMD mantiene la posición 36, como en los dos años anteriores, y ganando una posición desde 2015. En el *The Global Competitiveness Index 4.0 2019* del *World Economic Forum*, España se sitúa en la posición 23 de 141 economías, mejorando 3 posiciones respecto al año anterior.

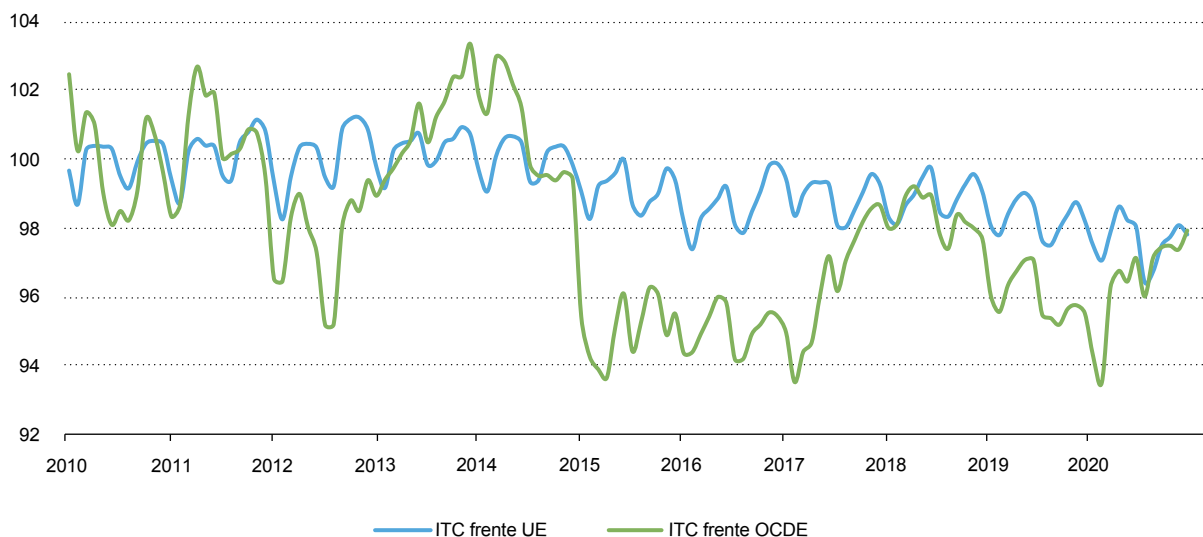
La mejora de la competitividad se apoya no solo en precios y costes, sino también en el aumento de la calidad de los bienes y servicios exportados, en la reputación adquirida y en una mejor adecuación a la demanda mundial.

El mantenimiento de la cuota de mercado en los últimos años refleja una evolución positiva de la competitividad estructural de España. Es relevante señalar que, en la evolución de dicha cuota, los factores asociados a costes y precios han tenido un efecto significativo, pero no han sido los más relevantes. Atendiendo a la evolución de los Índices de Tendencia de Competitividad (ITC), se observa que desde 2010 se han producido ganancias de competitividad-precio moderadas en las exportaciones españolas de bienes. No obstante, ha habido algunos periodos en los que se ha producido una pérdida de competitividad-precio y, pese a ello, las exportaciones siguieron creciendo, incrementando o manteniendo la cuota en las exportaciones mundiales. En 2020, ha continuado mejorando la competitividad medida en función del IPC con la UE, sin embargo, se ha deteriorado frente a los países de fuera de la UE, por la apreciación del euro. Además, el esfuerzo realizado para sostener el

empleo en un contexto de fuerte recesión, ha supuesto un descenso de la productividad, lo que ha deteriorado la competitividad medida en base a costes laborales unitarios.

Gráfico 5. Índices de tendencia de competitividad basados en IPC

(una reducción representa una ganancia de competitividad)



Fuente: Secretaría de Estado de Comercio.

Diversos estudios realizados por el Banco de España¹⁴ y por destacados expertos (Myro¹⁵, Antràs¹⁶ o Bajo¹⁷) apuntan a otros factores con mayor peso en la explicación del auge reciente en las exportaciones españolas. Se destaca el papel de la orientación hacia los mercados exteriores ante la debilidad de la demanda interna, lo que se habría traducido en un aumento del volumen de exportaciones y del número de empresas que exportan regularmente (Banco de España y Antràs). También se pone el foco en la incidencia de la productividad y en la importancia del margen extensivo y de la creciente adecuación a la evolución de la demanda mundial, así como de los apreciables niveles de sofisticación y calidad de los productos españoles.

Esta economía más abierta y competitiva se apoya en una amplia base de empresas que exportan regularmente, resilientes frente a la crisis.

En el año 2020 hubo 55.133 empresas que exportaron regularmente (es decir, que han exportado en el año de referencia y en cada uno de los tres inmediatamente precedentes), un 4,1% más que en 2019 y un 42,2% más que en 2010, habiendo aumentado por noveno año consecutivo. Los

¹⁴ Véase *Informe Anual 2017 del Banco de España* (2018)

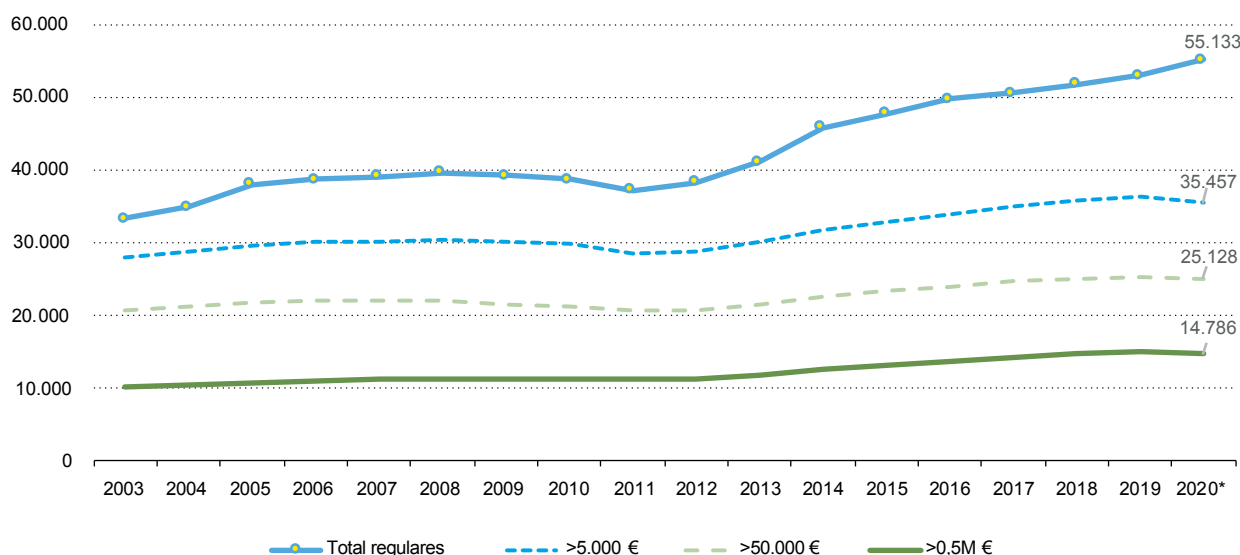
¹⁵ Véase Myro, R (2018). "Crecimiento económico con equilibrio exterior. Un nuevo escenario para la economía española", Policy Brief núm. 13 EuropeG

¹⁶ Véase Almunia, Miguel, Pol Antràs, David Lopez-Rodriguez, and Eduardo Morales. 2018. "Venting Out: Exports during a Domestic Slump".

¹⁷ Véase Bajo, O (2018), "Sobre exportaciones y competitividad". Cuadernos económicos de ICE, N° 94.

exportadores regulares exportaron en 2020 un total de 245.833 millones de euros, representando el 94,1% del valor de exportación declarado.

Gráfico 6. Evolución del número de Exportadores Regulares



Fuente: SEC con datos de Aduanas. *Provisionales.

El crecimiento de quienes exportan con carácter regular se observa en todos los tramos acumulados de exportación ininterrumpidamente durante ocho años hasta 2019. La consolidación de la internacionalización de la economía española tiene lugar tanto en tramos con alto valor de exportación como en tramos con menor valor.

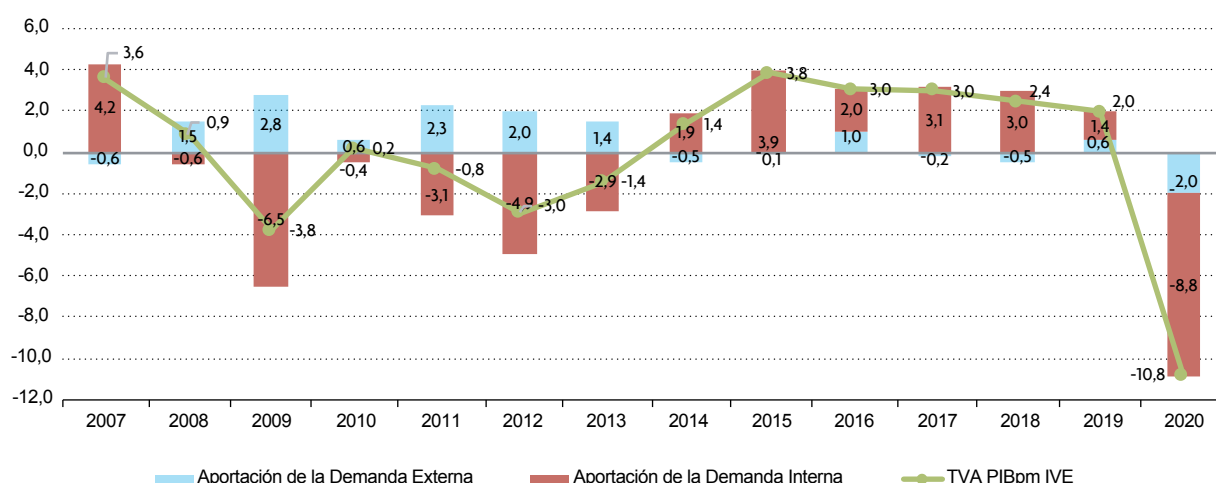
El incremento en la base de exportadores regulares ha recibido un impulso destacado en varios momentos concretos, como tras la adhesión de España a la UE o por la búsqueda de nuevos mercados ante la caída de la demanda durante la Gran Recesión iniciada en 2008. Tras este último impulso exportador se evidenció que algunas empresas no estaban suficientemente preparadas, pero otras muchas han confirmado su capacidad para consolidarse como exportadoras regulares. Esto constituye un elemento esencial para ganar presencia exterior en el largo plazo.

En 2020, la pandemia ha provocado una interrupción en el aumento del número de exportadores totales, cuyo número se redujo un 6,3%. No obstante, el número de exportadores ha disminuido en menor medida que el valor de las exportaciones. Si nos fijamos en los exportadores más relevantes (los que exportan más de 50.000 euros anuales, que suponen más del 99% del valor exportado) su número ha descendido un 2,3% en el último año, mientras que el valor que han exportado ha caído un 10,0%. Por otra parte, como se ha señalado, la cifra de exportadores regulares ha seguido aumentando, aunque dicho aumento se ha concentrado en el segmento de menor volumen de exportación. El número de exportadores regulares de los tramos con mayor valor exportado sí han disminuido, pero siempre de forma mucho más moderada que el valor de sus exportaciones.

La aportación positiva del sector exterior al crecimiento económico fue fundamental para la recuperación tras la anterior fase recesiva.

El inicio de la crisis en nuestro país en el año 2008 marcó un punto de inflexión en el papel desempeñado por el sector exterior como factor de crecimiento para la economía española. A partir de ese año, el sector exterior se convirtió en el motor de crecimiento económico de España hasta 2013. En los años siguientes, a medida que se consolidaba la recuperación, el papel impulsor de la demanda externa se fue moderando. De acuerdo con la contabilidad nacional, la contribución positiva de la demanda externa en 2019 se situó en 0,6 puntos y fue el resultado de un crecimiento en volumen de las exportaciones de bienes y servicios mayor al de las importaciones.

Gráfico 7. Aportación anual de la demanda interna y externa al PIB. España



Fuente: INE. CNTR 1T2021 (Publicado 30/04/2021). Avance

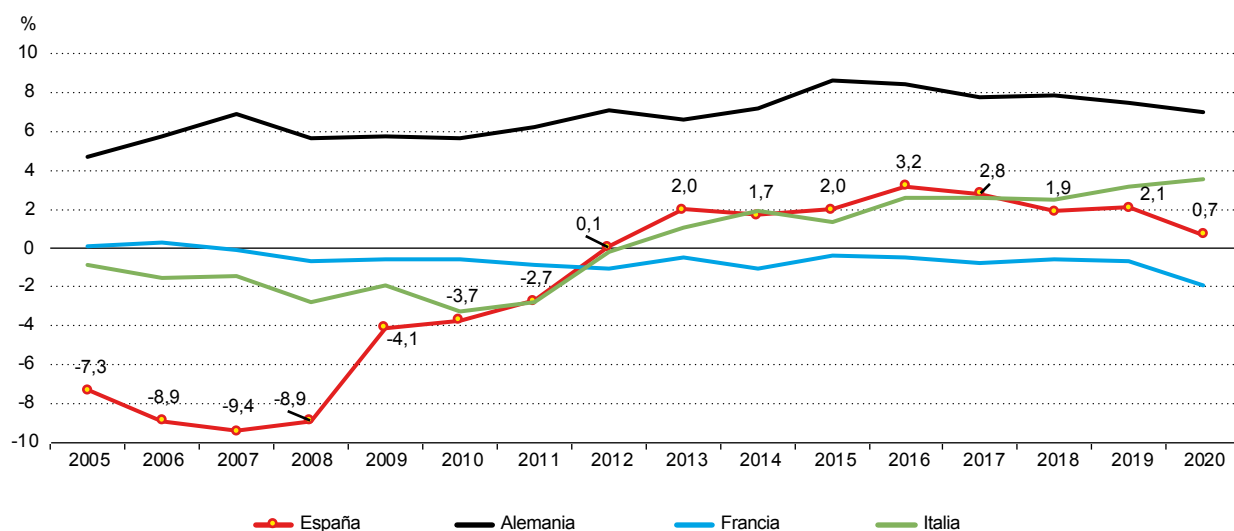
La contribución positiva de la demanda externa al crecimiento a partir de 2008 se apoyó, principalmente, en un mayor dinamismo de las exportaciones. No obstante, en un primer momento de la recuperación, también fue relevante el retroceso de las importaciones. Durante la recuperación de la anterior crisis, la contribución positiva de la demanda externa de bienes fue superior a la de servicios. Por su parte, el déficit energético ha ido evolucionando en función de los precios de la energía, que han fluctuado de manera muy marcada en los últimos años y que, a partir de mediados de 2019, se redujeron significativamente.

Y la recuperación de la demanda interna fue compatible con un superávit en la cuenta corriente.

La reducción del déficit de la balanza de bienes, junto con la ampliación del superávit en la de servicios se tradujo, a partir 2012, en un saldo positivo en la cuenta corriente de la balanza de pagos. En 2019, el saldo positivo alcanzó el 2,0% del PIB, lo que supuso ocho años consecutivos de superávit por cuenta corriente y de capacidad de financiación frente al exterior, los últimos seis, acompañados de crecimiento del PIB. Esto constituye un hecho histórico que contrasta con anteriores recuperaciones,

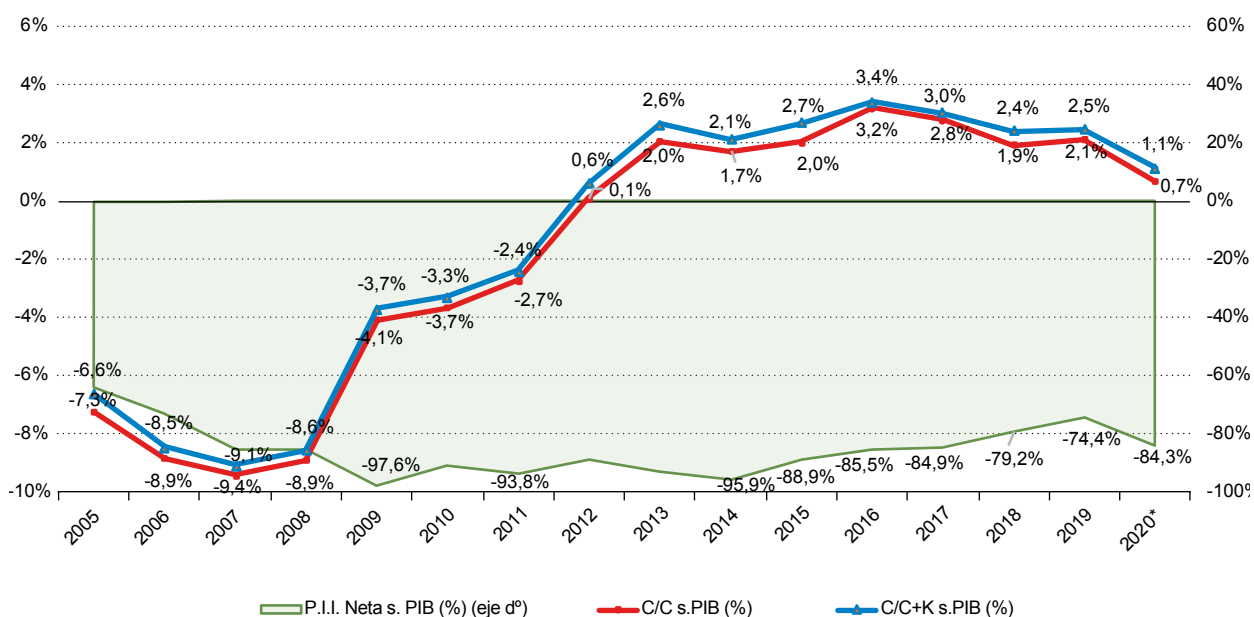
en las que la reactivación de la demanda interna había conllevado la retirada de empresas de los mercados internacionales y un mayor dinamismo de las importaciones sobre las exportaciones. De acuerdo con los datos de la balanza de pagos, España cerró el año 2020 con un saldo positivo por cuenta corriente (superávit de 7.394 millones de euros), aunque significativamente inferior al logrado en 2019 (26.575 millones). Esta buena evolución del saldo de la cuenta corriente ha permitido corregir el desequilibrio exterior de España, que en 2007 tenía el segundo déficit corriente más alto del mundo en valores absolutos, equivalente a un 9,4% del PIB, así como una mejora de la posición de inversión internacional neta (PIIN).

Gráfico 8. Saldo Cuenta Corriente (% sobre el PIB)



Fuente: Eurostat, actualizado: 09/04/21

A pesar de esta mejoría gradual, la PIIN de España sigue siendo negativa y de elevada magnitud, lo que es una fuente de vulnerabilidad. El valor negativo de la PIIN se ha ido reduciendo progresivamente, y a finales de 2019 tenía un valor negativo de 920.000 millones de euros, equivalente al 74,0% del PIB, 6,2 puntos porcentuales menos que el año anterior y 23,6 puntos menos que el valor negativo máximo alcanzado en 2009 (97,6% del PIB). En 2020, la PIIN de España experimentó un repunte que, combinado con la caída del PIB, elevó la ratio hasta el 84,3% del PIB. Frente a esto, hay que señalar como elemento favorable, que el coste de los pasivos se ha reducido de forma considerable.

Gráfico 9. Balanza por C/C, balanza por C/C + capital y Posición de Inversión Internacional Neta (MBP6): % del PIB

Fuente: Banco de España e INE (PIB). *CNTR 26/03/2

La internacionalización de la economía ha supuesto una contribución importante a la creación de empleo en España.

De acuerdo con los cálculos realizados por la OCDE¹⁸, en 2011 en España 4,6 millones de puestos de trabajo dependían de la demanda final del resto del mundo. De ellos, 2,7 millones correspondían al sector servicios. Esto supone que aproximadamente uno de cada 4 puestos de trabajo en España en 2011 dependía del sector exterior. Una simple extrapolación de estos datos indicaría que en 2019 el empleo asociado a la demanda extranjera rondaría los 5 millones de empleos. No obstante, esta cifra puede ser aún mayor pues ha de tenerse en cuenta que el peso de las exportaciones de bienes y servicios en el PIB pasó de suponer el 29,5% en 2011 al 34,9% en 2019, por lo que el empleo asociado ha debido aumentar en mayor proporción que la descrita.

¹⁸ Véase http://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=TIM2015_C1

Inversión española en el exterior

La inversión española en el exterior, que retrocedía desde 2017, ha registrado en 2020 un crecimiento moderadamente positivo. Por su parte, la inversión extranjera en España modera su retroceso desde el máximo alcanzado en 2018.

De acuerdo con los datos de los últimos cinco años proporcionados por el Registro de Inversiones de la Secretaría de Estado de Comercio¹⁹, entre 2016 y 2020 los flujos de inversión española en el exterior bruta acumulada ascendieron a 161.859 millones de euros y las liquidaciones de inversión a 85.000 millones de euros.

En 2020 la inversión bruta en el exterior creció un 2,18% respecto a 2019, hasta los 23.070 millones de euros. Se trata de la primera tasa positiva de crecimiento en esta variable desde 2016.

Por su parte, la evolución de la inversión neta en estos años ha sido muy irregular. En 2020 se registró un notable crecimiento de la inversión neta del orden del 290%, a lo que contribuyó, como en 2018, el retroceso en las liquidaciones de inversión.

AÑOS	INVERSIÓN ESPAÑOLA EN EL EXTERIOR (Millones de euros)					
	Inv. Bruta	% Variación Interanual	Desinversión	% Variación Interanual	Inv. Neta	% Variación Interanual
2016	39.768	23,50	11.542	-27,85	28.226	74,20
2017	39.652	-0,29	34.268	196,90	5.384	-80,92
2018	36.791	-7,22	18.427	-46,23	18.364	241,06
2019	22.578	-38,63	17.510	-4,98	5.068	-72,40
2020	23.070	2,18	3.253	-81,42	19.817	291,03

Fuente: Registro de Inversiones. SEC

La posición inversora española en el exterior en 2018 tuvo un comportamiento estable, con una mínima variación frente a 2017, y se situó en los 458.471 millones de euros²⁰. El número total de empresas extranjeras con participación española en el exterior fue en 2.018 de 10.135 con 1.668.706 trabajadores (+2,6%).

Por agrupaciones económicas, la OCDE en 2018 representó el 76,6% del stock, manteniéndose estable; la UE-28, con el 39%, registró una caída del stock del 6,5 %; y el stock de inversión española en la zona euro, que supone el 19,8% de la inversión exterior española, registró una disminución del 10,2%.

¹⁹ Todos los datos de inversión son descontadas las cifras de inversión en Empresas de Tenencia de Valores Extranjeros, ETVE, salvo mención en contrario.

²⁰ Último dato disponible.

Por áreas geográficas, Europa es la primera (44,1% del stock) aunque con un descenso del stock del 8%. Latinoamérica mejora su participación hasta el 31%, habiendo crecido el stock en esa área un 11,5%. El resto de América (EEUU y Canadá) sigue como tercer destino por stock emitido (20,8%). Asia y Oceanía ocuparon el cuarto puesto. África sigue con un peso relativo menor y un stock estable.

En cuanto a países de destino, EEUU recupera la primera posición (18,5%), en sustitución de Reino Unido que aparece en el segundo puesto con el 16,9%. En tercer lugar, se encuentra México con un peso relativo del 10,3% al igual que Brasil, que ocupa la cuarta posición. Por detrás, aparecen países como Alemania (4,0%), Portugal (3,3%), Francia (3,2%) Luxemburgo (3,2%), Chile (3,0%), Suiza (2,9%) y otros con participaciones siempre inferiores al 2,9%.

Por sectores, tres supusieron el 59,5% del total: actividades financieras y de seguros con un 32,5% del total y 149.008 millones de euros de stock; industria manufacturera con un 17,1% del total de la posición española por valor de 78.172 millones de euros; y “comercio al por mayor y menor, reparación de vehículos a motor y motocicletas” que, con un 9,9% del total de la posición española, sumó 45.462 millones de euros, un 13,4% más que en 2017. Por su parte, el stock del sector de información y comunicaciones en 2018 creció un 2,9% y supuso un 9,3 % del total; y el del sector de suministro de energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado experimentó un descenso del 1,9%, representando el 8,2% del total.

Respecto a las CCAA de origen de la inversión, Madrid representa el 51,5%, y le siguen País Vasco (14,8%), que aumentó un 8,1%, Cantabria (13,4%) que creció un 7,6%, y Cataluña (7,5%) que registró un retroceso del 10,9%.

Inversión extranjera en España

Según el Registro de inversiones de la Secretaría de Estado de Comercio la inversión bruta sin ETVE²¹ progresó de forma continua desde 2015 hasta 2018, y retrocede a partir de 2019.

En 2019 el retroceso de la inversión bruta fue notable, con una caída del 56,3%. Además, la inversión extranjera neta sin ETVE se redujo un 62,1% en 2019 hasta los 17.560 millones de euros, después del valor extraordinariamente elevado de las inversiones netas en 2018. En 2020 la inversión bruta (23.824 millones de euros) se mantuvo en valores próximos a los de 2019 y la inversión neta cayó un 26,7% a consecuencia del elevado volumen de liquidación de inversiones del periodo.

Las previsiones sobre el comportamiento de la inversión extranjera en España para 2021 son positivas, de acuerdo con la última edición del “Barómetro del Clima de Negocios en España desde la Perspectiva del Inversor Extranjero”

²¹ ETVE o Entidades de Tenencia de Valores Extranjeros

En efecto, la pandemia de la COVID-19 y posterior crisis económica ha afectado de forma clara a las previsiones de los inversores extranjeros en España para el año 2020, si bien las empresas prevén una clara mejora en 2021 que sin embargo todavía no alcanzará los resultados previos a la pandemia.

Así, un 60% de las empresas encuestadas tenían previsto aumentar o mantener sus inversiones en España en 2020, frente al 91% del año anterior. Para 2021 el porcentaje de empresas que tienen previsto aumentar o mantener sus inversiones en España vuelve a subir, hasta alcanzar el 73%.

INVERSIÓN EXTRANJERA EN ESPAÑA (Millones de euros)						
AÑOS	Inv. Bruta	% Variación Interanual	Desinversión	% Variación Interanual	Inv. Neta	% Variación Interanual
2016	27.063	6,71	6.749	6,49	20.314	6,79
2017	28.278	4,49	12.463	84,66	15.815	-22,15
2018	54.906	94,17	8.497	-31,82	46.409	193,45
2019	24.007	-56,28	6.447	-24,12	17.560	-62,16
2020	23.824	-0,76	10.940	69,68	12.884	-26,63

Fuente: Registro de Inversiones Exteriores. SEC

El stock o posición extranjera en España en 2018 (último dato disponible), prescindiendo de las ETVE, alcanzó 465.094 millones de euros (506.597 millones de posición de inversión extranjera total). Es decir, se incrementó un 12,4% respecto a la posición de 2017. La tasa de crecimiento media anual de la posición extranjera no ETVE en los últimos 5 años fue del 7,8%. La posición de inversión extranjera productiva fue el 38,7% del PIB de 2018.

En 2018 en España en total estaban establecidas 16.070 empresas con capital extranjero, que emplearon a 1.562.069 personas.

Por agrupaciones económicas, la posición inversora extranjera en España en 2018, excluidas las ETVE y por país beneficiario último, la encabeza la OCDE con el 86,9%; seguida de la UE-28 (56,6%) y la zona euro (41,7%) cuyos pesos relativos también crecieron.

Por áreas geográficas, Europa avanza hasta el 60,1% del total. Latinoamérica, experimenta un retroceso del 4,4%, y quedó con una cuota relativa del 9,2% entre ellas son reseñables las inversiones procedentes de México.

Por el contrario, el Resto de América, que supone el 17,8% del total aumentó un 4,5%. La región de Asia y Oceanía creció en torno a un 31,5%, destacando China, Japón, Emiratos Árabes Unidos y Singapur. Paralelamente, se observa un comportamiento positivo de la región de África si bien este esfuerzo queda diluido dada la poca importancia cuantitativa de la inversión procedente de la zona.

Los países con mayor posición inversora, según el criterio de beneficiario último, fueron: Estados Unidos (16,3%) —con mejoría respecto a 2017—, Reino Unido —con el 13,6% del total—, Francia (11,7%) —que crece un 11%—, Alemania (8,9%), con aumento del 30%, Italia (8,5%) que avanza un

19,1%, México (5,7%), España (4,8%) con un incremento del 43,9%. Por detrás están China (4,1%), Países Bajos (3%) y Suiza (2,7%). Todos ellos representan el 79,3% del stock de inversión extranjera en España.

Con cifras de posición y sectores receptores en 2018, la Industria Manufacturera fue el primer sector (28,5% del stock). Le sigue el de “Suministro de Energía Eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado” (12% del total), el de “Comercio al por mayor y menor; reparación de vehículos a motor y bicicletas” (10,6%), el sector de “Actividades Financieras y de seguros” (9,8%), Actividades Inmobiliarias (7,3%), la Construcción (6,9%), e Información y Comunicaciones (5,6%). Todos ellos contabilizaron el 80,7% de la posición.

En la Industria Manufacturera destaca la fabricación de cemento (5,3%), la fabricación de productos farmacéuticos (1,8%), y la fabricación de vehículos a motor (1,7%). Por su parte, en el Sector de suministro eléctrico, gas, vapor y aire acondicionado, los dos subsectores con mayor stock fueron la distribución de energía eléctrica (4,9% del total general) y la distribución de energía eléctrica eólica (2,5%). Dentro de los demás sectores más importantes analizados anteriormente destacan: en Comercio, el “Comercio al por mayor de bebidas” (1,8%) y el “Comercio al por menor de establecimientos especializados” (1,5%); en Actividades Financieras, los “seguros distintos a los de vida” (2,4%), en Actividades Inmobiliarias, el “alquiler de bienes inmuebles por cuenta propia” (4,9%) y finalmente en Información y Comunicaciones, destacan las “Telecomunicaciones inalámbricas” (3,2%).

DISTRIBUCIÓN SECTORIAL DE LA IED EN ESPAÑA EN 2020

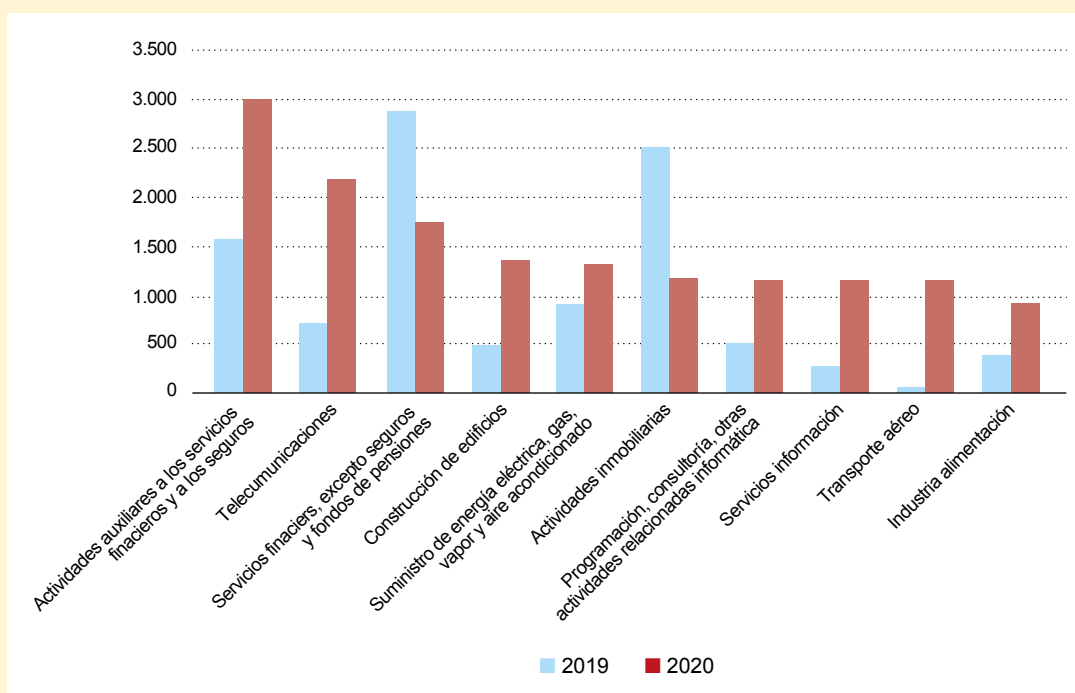
El sector de las **actividades financieras y de seguros**²² ha sido el principal destino de la IED en España en 2020, representando el 23,2% del total. Tuvo un crecimiento del 10,9% respecto a 2019. El segundo sector en importancia ha sido el de la **información y telecomunicaciones** con una cuota 22,8% y un importante incremento del 183,8%. En este caso, este incremento se justifica en parte por los fondos provenientes de Reino Unido y EE.UU. **Estos dos sectores atrajeron más del 45 % del total de los flujos de inversión extranjera.**

El tercer sector en importancia relativa es el de la **industria manufacturera**, que atrajo el 14,4% del total, y que registra una caída del 34,8%. En cuarto lugar, se encuentra el **sector de la construcción** que supone el 7,8% del total, y que tuvo un importante crecimiento del 115%, tras unos años de sucesivas caídas. En este último caso, destaca el subsector de la promoción inmobiliaria, que exhibe un crecimiento del 187%, motivado por una operación de adquisición proveniente de Suecia.

El **sector del transporte y almacenamiento** aparece en quinto lugar, destino del 7% del total, con un importante repunte del 238%. Este repunte se concentra en el subsector del transporte aéreo de pasajeros, que se ha incrementado casi un 4.500%. Este incremento ha estado motivado por una serie de operaciones por parte de un grupo empresarial del sector.

²² Fuente: Registro de Inversiones sin operaciones ETVE.

Hay que destacar dos sectores por su peor desempeño en 2020 respecto a 2019. En primer lugar, la **caída de la inversión exterior en el sector de la hostelería, que pierde el 75%. Y, en segundo lugar, el sector de las actividades inmobiliarias, que cae un 52%**, debido a la fuerte caída de la inversión en el subsector del alquiler de bienes inmobiliarios por cuenta propia. **En ambos casos se trata de sectores con una enorme exposición al turismo y, por ende, fuertemente golpeados por la pandemia.**



En líneas generales, **la distribución sectorial de la IDE en España es muy similar a la de nuestros socios comunitarios y otros países de la OCDE**, como se deriva también del análisis de los datos sobre proyectos greenfield de FDI Markets. Así, según un estudio realizado por Icx- Invest in Spain a partir de los flujos mundiales de inversión desde 2010 hasta abril 2021 por sectores, se identifican los diez siguientes como los primeros sectores por volumen de inversión en el mundo:

Sector	Ranking	Proyectos	Capex millones USD	Empleos creados
Software & servicios IT	1	13.007	166.379	886.458
Servicios a empresas	2	8.155	75.113	587.252
Textiles	3	6.968	108.309	770.727
Bienes de consumo	4	4.893	151.832	868.385
Alimentación & Bebidas	5	4.859	183.779	796.888
Bienes de equipo	6	4.673	54.728	303.515
Servicios financieros	7	4.668	106.171	290.435
Comunicaciones	8	4.382	223.816	436.009
Inmobiliario	9	4.186	428.799	1.643.437
Transporte y Almacenamiento	10	3.743	200.387	407.685
Componentes de automoción	11	2.242	75.711	531.252

Sector	Ranking	Proyectos	Capex millones USD	Empleos creados
Componentes electrónicos	12	2.171	118.596	516.374
Energías renovables	13	2.142	379.512	115.174
Químicos	14	2.126	228.682	234.569
Hoteles y turismo	15	1.679	141.615	321.129
Otros		15.440	1.309.904	2.513.113
Total		85.334	3.953.332	11.222.402

POLÍTICA DE ATRACCIÓN DE IED HACIA ESPAÑA POR SECTORES

La estrategia de atracción de inversiones de ICEX Invest in Spain y la priorización de sectores que se plantea están alineadas con las iniciativas de los diferentes ministerios sectoriales y es coherente con la voluntad de transformación del tejido productivo de nuestro país y el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Se detecta un interés cada vez mayor por parte de los potenciales inversores de desarrollar proyectos con un **mayor componente tecnológico**, en sectores más **innovadores que implican nuevos procesos o productos y refuerzan las actuaciones nacionales en temas como la movilidad eléctrica, la digitalización o la transición energética**. Se observan también interesantes inversiones en sectores más tradicionales con el objeto de **alinear los procesos productivos con los ODS**.

Del análisis cualitativo de la cartera de proyectos de Ices Invest in Spain se destacan las siguientes tendencias:

- Inversiones asociadas al **comercio electrónico**: software, plataformas logísticas de distribución y transporte y almacenamiento.
- Proyectos en el **sector farma** (asociadas a vacunas) y del **sector químico** (amoníaco verde, por ejemplo).
- Iniciativas ligadas a la **movilidad eléctrica y a las energías renovables** (solar, eólico e hidrógeno).
- Proyectos ligados a la **protección medioambiental**.
- Un componente **tecnológico cada vez mayor en el sector agroalimentario**: con inversiones en nuevos productos (como proteínas sustitutivas, por ejemplo) y mejoras de procesos para conseguir una producción y alimentación sostenible.
- **Telecomunicaciones**: inversiones en el ámbito satelital.
- Inversiones en nuevos **centros de datos** asociadas al creciente proceso de digitalización de la sociedad.

España mantiene el 13º puesto en el ranking de receptores de Inversión Extranjera Directa (IED)...

Según los datos de inversión extranjera directa en stock de la UNCTAD (Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, por sus siglas en inglés), España es el 13º mayor receptor global de IED en 2019 con una posición que supera los 751.510 millones de dólares, lo que representa el 54,4% del PIB de España en 2019.

En 2020 España ha sido, a nivel mundial, el 4º mayor receptor de proyectos greenfield en actividades innovadoras y de alto contenido tecnológico

Ranking de países destino de proyectos greenfield en actividades innovadoras y de alto contenido tecnológico (*) 2020					
País		Proyectos	Capex USD \$ M.	Nº empleos creados	Empresas
1	EE.UU.	265	5,931.3	23,962	257
2	Reino Unido	170	3,087.5	9,869	164
3	Alemania	103	9,257.7	10,008	84
4	España	77	1,802.9	5,382	73
5	Canadá	73	6,675.9	8,429	70
6	India	68	6,297.8	17,539	63
7	Irlanda	65	2,679.9	5,614	55
8	Singapur	57	2,137.8	3,628	55
9	Francia	53	1,446.9	3,244	51
10	EAU	47	1,506.4	2,929	45
–	Resto	792	41,999.5	70,753	--
Total		1,77	82,823.6	161,357	1,397

(*) Actividades innovadoras y de alto contenido tecnológico:

Comprenden las siguientes actividades:

- Actividades de investigación y desarrollo
- Servicios Centrales
- TIC e infraestructuras de internet

Según FDi Markets, España no solo es el tercer mayor receptor de proyectos greenfield en Europa, sino que es también el 4º país a nivel global que ha recibido un mayor número de proyectos greenfield en actividades innovadoras y de alto contenido tecnológico en 2020, después de Estados Unidos, Reino Unido y Alemania.

Este dato es muy relevante porque confirma que el tejido empresarial español está cada vez más internacionalizado y que está dando un notable salto de calidad como destino de actividades innovadoras. Los efectos positivos son muy numerosos. La innovación es el principal catalizador en los procesos de búsqueda de ventajas competitivas, ensancha el crecimiento potencial de nuestra economía y genera empleos de calidad.

...y los grandes fondos soberanos siguen invirtiendo en España a pesar de la pandemia.

A esos positivos datos de posición de inversión extranjera en España se añade la favorable opinión de los fondos soberanos sobre España. Según el informe de Fondos Soberanos 2020 elaborado por el ICEX, entre enero 2019 y septiembre 2020 han incrementado las operaciones con empresas españolas. Al menos 9 fondos soberanos diferentes han invertido en compañías españolas. Realizaron 12 inversiones directas por valor de 1.3 billones de euros. A pesar de la pandemia, el ritmo de inversión se ha mantenido. Las inversiones se han realizado en sectores como el agroalimentario, las energías renovables o la biotecnología. Entre las operaciones realizadas cabría destacar las desarrolladas por SOPEF (el fondo España- Omán en el que participa COFIDES), así como las alianzas que han realizado compañías españolas con fondos de inversión internacionales: la anunciada por Grifols con el Public Investment Fund de Arabia Saudí (PIF) y otra de Naturgy con la Kuwait Investment Authority (KIA).

La reorganización de las Cadenas Globales de Valor generará retos y oportunidades para las empresas españolas.

Una parte importante del comercio mundial está organizado en función de las empresas multinacionales, que articulan las cadenas globales de valor (CGV) a través del comercio transfronterizo de inputs y outputs entre su red de filiales, socios y proveedores.

Para medir la participación de España en las CGV puede utilizarse el indicador de participación de la base de datos de Comercio en Valor Añadido (TIVA, por sus siglas en inglés). De estos datos²³ se deriva que la participación de España en las CGV (40,3%) es superior a la de UK (38,8%), a la media de la UE (26,9%) y a la media de la OCDE (25,9%); similar a la de Italia (40,8%) y algo inferior a la de Alemania (42,9%) y Francia (42,5%). De aquí, podemos concluir que España ha conseguido integrarse con éxito en las CGV.

El impacto de la pandemia ha puesto de relieve algunas vulnerabilidades de las cadenas de valor más largas y complejas en caso de acontecimientos imprevistos. Este efecto se suma a otros factores que estaban contribuyendo al estancamiento de las CGV desde antes de la pandemia, como el aumento de costes en las economías emergentes y las tensiones proteccionistas, que encarecen el comercio y generan incertidumbre. Por este motivo, se prevé que algunas multinacionales reevalúen las CGV que hay articuladas en torno a ellas, dando mayor peso a la seguridad, frente al ahorro de costes, lo que se podría traducir en un acortamiento y regionalización de las CGV, así como en la búsqueda de una mayor diversificación de proveedores y acumulación de existencias con el fin de reforzar su resiliencia.

En el caso de las CGV organizadas por empresas europeas, cabría esperar la relocalización de algunas actividades hacia mercados europeos o de nuestro entorno (Europa y cuenca del Mediterráneo). También se observa cómo la pandemia está impulsando el crecimiento de actividades como la producción y distribución de tests y vacunas, que están organizados en gran medida en torno a CGV y que presentan oportunidades para las empresas del sector.

²³ El último año disponible es 2015.

Además, como resultado del Brexit y del nuevo marco de relaciones comerciales entre Reino Unido y la UE, las empresas españolas tendrán más dificultades para acceder al mercado británico, pero, en cambio, han ganado competitividad frente a las empresas británicas en los mercados de la UE, lo que ofrece oportunidades de mejorar sus posiciones en estos destinos y en las cadenas de valor organizadas en torno a la UE.

Aún es pronto para saber qué alcance puede tener esta reorganización, que dependerá de la respuesta de empresas y gobiernos y que afectará de forma desigual a los distintos sectores, en función de los costes asociados a su reestructuración o de si son considerados sectores esenciales.

Dependiendo de la posición de las empresas españolas en las cadenas de valor, estos cambios supondrán nuevas oportunidades de negocio y, en otras ocasiones, mayor competencia, que pueden influir en su inserción en las cadenas de suministro en sectores como el de automoción, textil, agroalimentario o productos farmacéuticos.

En este contexto de probables cambios, el mayor aprovechamiento de las CGV dependerá de la capacidad de las empresas para ir mejorando su posicionamiento en las mismas a través de la especialización en actividades de mayor valor añadido, al tiempo que se mantiene la capacidad para competir en precios.

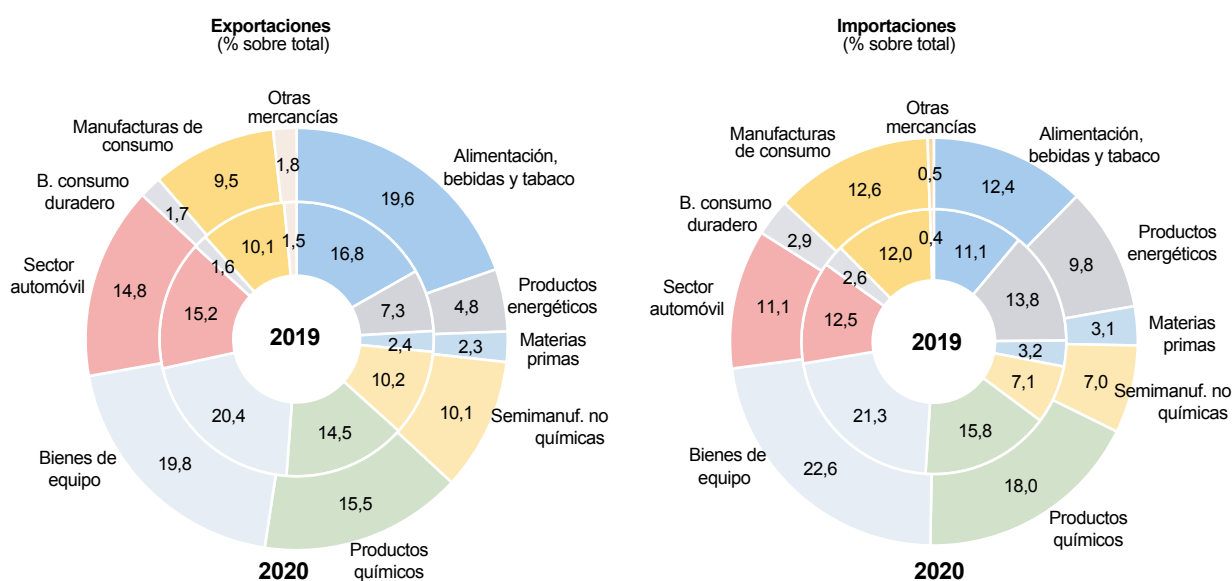
La pandemia ha afectado al patrón de consumo y a la composición del comercio

A lo largo de la última década, se han producido algunos cambios significativos en el peso de los distintos sectores en el comercio exterior. Desde 2010, el sector de la alimentación y bebidas es el que más peso ha ganado en nuestras exportaciones de bienes hasta representar el 19,6% en 2020, muy cerca de los bienes de equipo, que suponen el 19,8% del total. También han ganado importancia las exportaciones de productos químicos y manufacturas de consumo. Por el contrario, han visto disminuir su importancia relativa las ventas exteriores de semimanufacturas y del sector automóvil.

En el ámbito de las importaciones, han perdido peso con fuerza los productos energéticos y han ganado protagonismo los bienes de equipo, productos químicos y alimentación.

Algunas de estas tendencias se han acentuado y otras se han visto interrumpidas en 2020 a consecuencia de la crisis global. La pandemia ha tenido un impacto importante sobre el patrón de consumo y comercio a nivel mundial y aún es pronto para determinar en qué medida este efecto pueda ser persistente. Por un lado, ha crecido el comercio de bienes esenciales, como la alimentación y los medicamentos, así como de equipos electrónicos asociados al teletrabajo y al ocio en el hogar. Por el contrario, han disminuido los flujos vinculados a la movilidad (productos energéticos y automóvil) y a la vida social (moda).

Gráfico 10.



Fuente: SEC con datos de Aduanas

La sólida internacionalización de la economía española hasta 2019 adolece de algunas debilidades y debe afrontar una serie de retos, a los que ahora se une el impacto de la pandemia.

A pesar del gran impacto de la pandemia, cuya superación representa un reto prioritario a corto plazo, no hay evidencia de que la favorable tendencia subyacente del sector exterior español en los últimos años vaya a verse interrumpida de forma duradera.

En todo caso, además de hacer frente a las consecuencias económicas de la crisis sanitaria, la internacionalización de la economía española debe afrontar una serie de **debilidades estructurales** que afectan al sector exterior español desde hace tiempo, como son la fragmentación de la base exportadora o el limitado contenido tecnológico de las exportaciones. Otras debilidades estructurales, que han mejorado en los últimos años pero que aún deben seguirse reforzando, son el crecimiento de la base exportadora, incluyendo una mayor presencia de empresas propiedad o lideradas por mujeres, y la diversificación geográfica de las exportaciones.

La base exportadora española está muy fragmentada. El tamaño de las empresas exportadoras en España es inferior al de los principales socios europeos²⁴.

Las pymes tienen un peso relativamente alto en la exportación española. Suponen el 98,4% del total de exportadores, porcentaje ligeramente superior a la media de la Unión Europea (97,8%) y

²⁴ Los datos en los que se basa la caracterización de empresas son los relativos a las exportadoras de mercancías.

las microempresas el 72,5% del total (67,6% en la UE). En términos del volumen de exportación, las pymes representaron el 50,6% del valor exportado, porcentaje solo superado ligeramente por Italia, frente al 37,2% en el conjunto de la Unión Europea. El valor medio exportado por las empresas españolas es inferior al del promedio de la UE y esa diferencia es especialmente importante para las grandes empresas (datos de Eurostat para 2018).

Las empresas exportadoras españolas presentan un reducido tamaño en comparación internacional.

El tamaño de las empresas exportadoras en España es inferior al de los principales socios europeos²⁵. En España sobresalen tanto en número como por el valor de sus exportaciones las microempresas (hasta 9 empleados) y, en el extremo contrario, por el menor peso en número y en valor de las exportaciones las grandes empresas.

EMPRESAS EXPORTADORAS COMERCIO TOTAL EN 2018: PRINCIPALES ECONOMÍAS EUROPEAS*

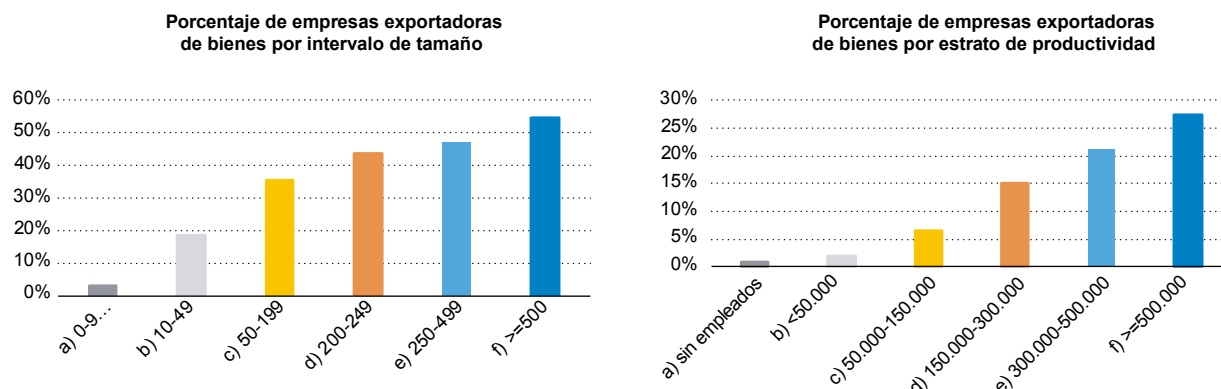
Tramo asalarados	Número de empresas exportadores					Valor en millones de euros				
	España	Alemania	Francia	Italia	R.U.	España	Alemania	Francia	Italia	R.U.
0_9	121.402	173.271	53.686	123.691	94.369	34.568,0	52.340,9	16.357,6	22.931,9	55.211,0
10_49	33.920	58.690	21.338	54.420	34.018	36.607,2	67.082,0	27.075,0	75.793,5	28.763,5
50_249	9.486	22.582	8.211	11.183	11.105	63.907,3	146.533,4	44.834,1	129.401,5	51.140,4
>=250	2.600	7.217	3.463	2.086	3.701	131.844,3	882.141,3	318.834,0	211.786,6	188.443,6
Total	167.408	261.760	86.698	191.380	143.193	266.926,8	1.148.097,7	407.100,7	439.913,5	323.558,5

Tramo asalarados	Núm. empresas exportadoras (% s. total exc. desc.)					Valor en millones de euros (% sobre total exc. desc.)				
	España	Alemania	Francia	Italia	R.U.	España	Alemania	Francia	Italia	R.U.
0_9	72,5%	66,2%	61,9%	64,6%	65,9%	13,0%	4,6%	4,0%	5,2%	17,1%
10_49	20,3%	22,4%	24,6%	28,4%	23,8%	13,7%	5,8%	6,7%	17,2%	8,9%
50_249	5,7%	8,6%	9,5%	5,8%	7,8%	23,9%	12,8%	11,0%	29,4%	15,8%
>=250	1,6%	2,8%	4,0%	1,1%	2,6%	49,4%	76,8%	78,3%	48,1%	58,2%

* No se toman en consideración los operadores *unknown* que no han sido clasificados por no haber podido ser cruzados con los directorios de empresas de cada país.

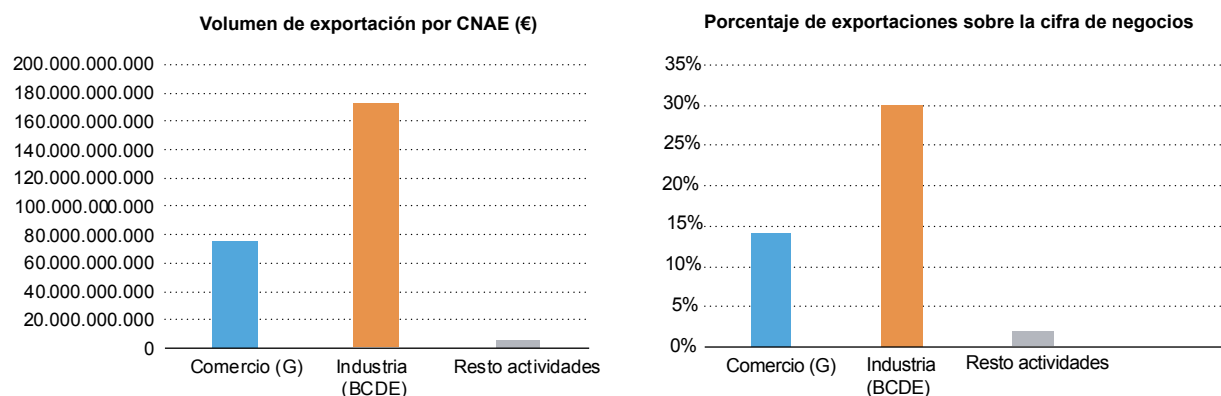
La fragmentación de la base exportadora es un factor que limita el potencial exportador, ya que existe una correlación positiva entre el tamaño y productividad de la empresa y su propensión a exportar.

²⁵ Datos de Eurostat de comercio total de empresas que cruzan con el Directorio central de empresas (DIRCE) del INE o equivalente de cada país. Pymes, únicamente teniendo en cuenta el criterio de número de asalariados (hasta 249).

Gráfico 11.

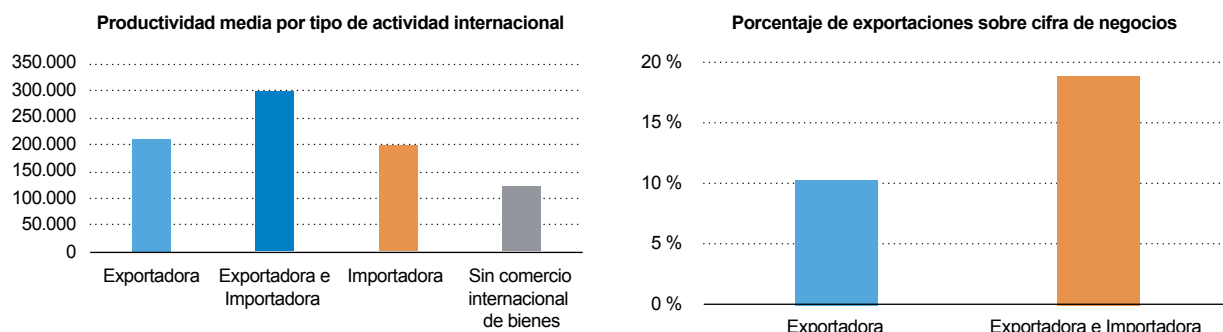
Fuente: base de datos de Caracterización de la Empresa Exportadora y con Potencial Exportador (CEEPE)

La base exportadora española está constituida principalmente por empresas comerciales y manufactureras. Si bien las empresas exportadoras de comercio superan en número a las de manufactureras, éstas presentan una mayor intensidad exportadora y dominan el volumen exportado. En consecuencia, la dimensión del sector manufacturero condiciona también el volumen de exportación.

Gráfico 12.

Fuente: CEEPE

Por otra parte, es interesante señalar que las empresas que importan y exportan simultáneamente muestran una mayor productividad y una mayor intensidad exportadora que aquéllas que únicamente exportan.

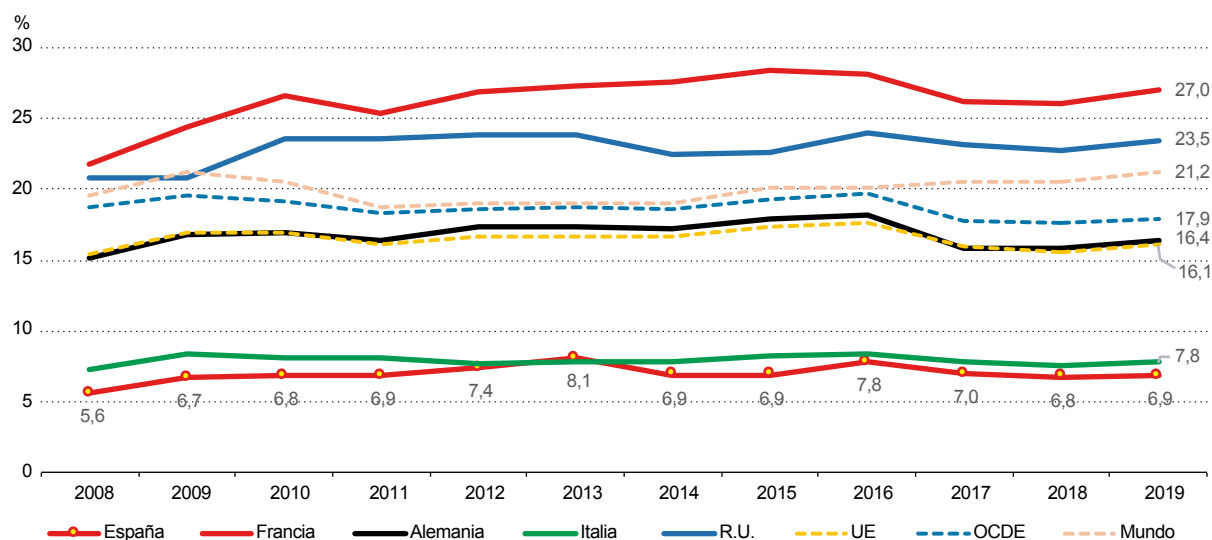
Gráfico 13.


Fuente: CEEPE

Las exportaciones españolas de manufacturas están especializadas en ramas de intensidad tecnológica media, con un reducido peso de las exportaciones de intensidad tecnológica alta...

Gráfico 14. Exportaciones de bienes de alta tecnología

(% s. total exp. manufactureras)



Fuente: Banco Mundial (TX.VAL.TECH.MF.ZS).

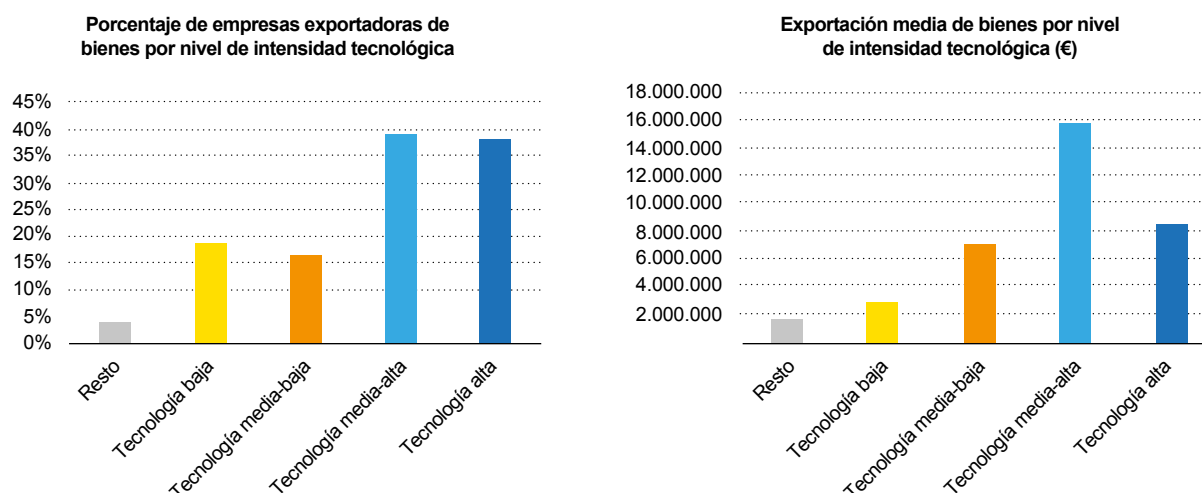
...por lo que el nivel medio de contenido tecnológico de las exportaciones es todavía insuficiente.

Aun cuando más de la mitad de la exportación española de manufacturas puede encuadrarse por su contenido tecnológico en los segmentos alto y medio-alto, la participación de estos grupos en

el total de la exportación en el año 2019 (53,2%) sigue siendo similar a la registrada en el año 2010 (54,1%). Además, esta cifra esconde una tasa de las exportaciones de alta tecnología entre las más bajas de la UE, aunque en términos absolutos sus exportaciones hayan aumentado. La capacidad de competir en el mercado mundial vendrá condicionada en el futuro por el ritmo de adaptación de la oferta exportable a un entorno cada vez más sofisticado, incorporando bienes de mayor valor añadido y contenido tecnológico. Por ello empresas y Administración deben tener en cuenta este factor y aspirar a incrementar el porcentaje de participación de los bienes de mayor contenido tecnológico en el total de la exportación española.

La evidencia confirma que la propensión a exportar y el valor de las exportaciones es superior en los estratos de mayor intensidad tecnológica.

Gráfico 15.

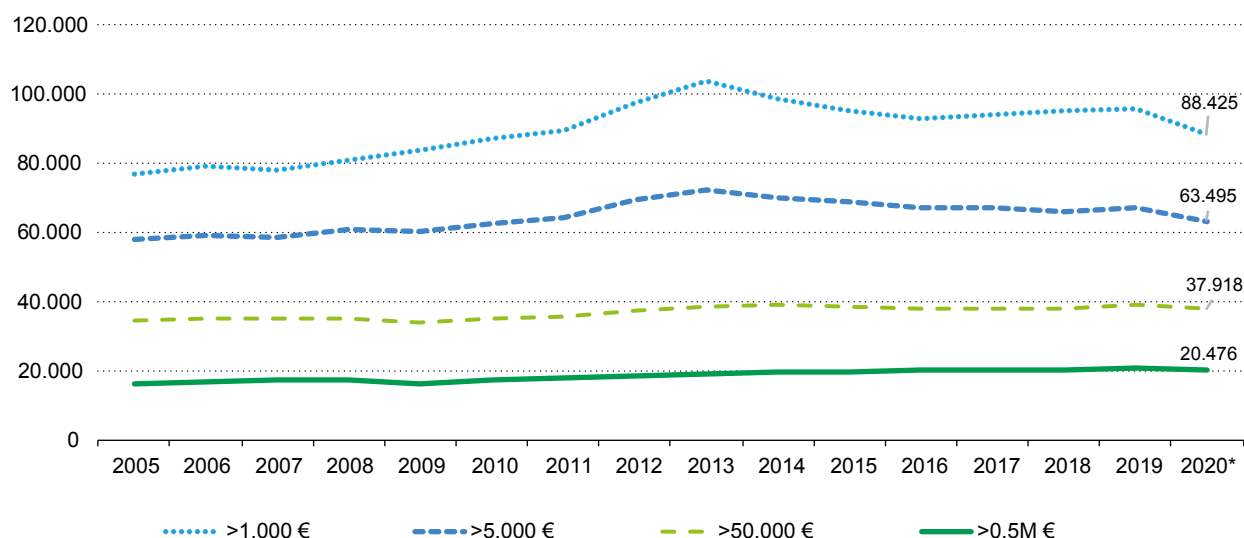


Fuente: CEEPE

El número de exportadores debe seguir creciendo con el fin de consolidar la economía globalizada que se requiere para competir en el siglo XXI.

El número de empresas que exportan anualmente más de 500.000 euros ha seguido una tendencia creciente desde 2010, con una moderada caída en 2020, lo que supone una muestra de la consolidación de las exportadoras. Sin embargo, el número de empresas que exportan más de 5.000 euros se ha reducido ligeramente desde su pico en 2013²⁶.

²⁶ La variación del número de exportadores totales a partir de 2018 debe ser tomada con cautela, ya que se ha visto afectada por un fuerte incremento de los operadores que realizan envíos de muy bajo importe y que, en muchos casos, se trata de particulares. El dato de exportadores a partir de 5.000 euros presenta mayor estabilidad.

Gráfico 16. Evolución del número de exportadores

Fuente: Elaboración propia con datos de Aduanas. *Provisionales.

La aún insuficiente, aunque creciente, diversificación de los mercados de destino de las exportaciones españolas.

Las exportaciones españolas han logrado una creciente diversificación geográfica. A lo largo de los últimos 20 años se ha reducido la dependencia de los mercados de la Unión Europea (cuyo peso ha caído en más de 6 puntos porcentuales desde el año 2000) y han ganado importancia las ventas a Asia, Norteamérica y África.

A pesar de esta tendencia favorable, persiste la dependencia de la UE como destino de nuestras exportaciones: en 2019, el 59,1% tuvieron como destino países de la UE-27 y su peso aumentó ligeramente en 2020 (hasta el 60,5%), dada la recuperación más rápida de las exportaciones hacia los mercados de la UE. Así, España presenta una marcada especialización geográfica en el mercado comunitario, lo que sin duda ha contribuido al buen desempeño exportador de nuestro país durante los últimos años, por tratarse éste de uno de los mercados más maduros y con superior capacidad de compra a nivel internacional, además de más estable.

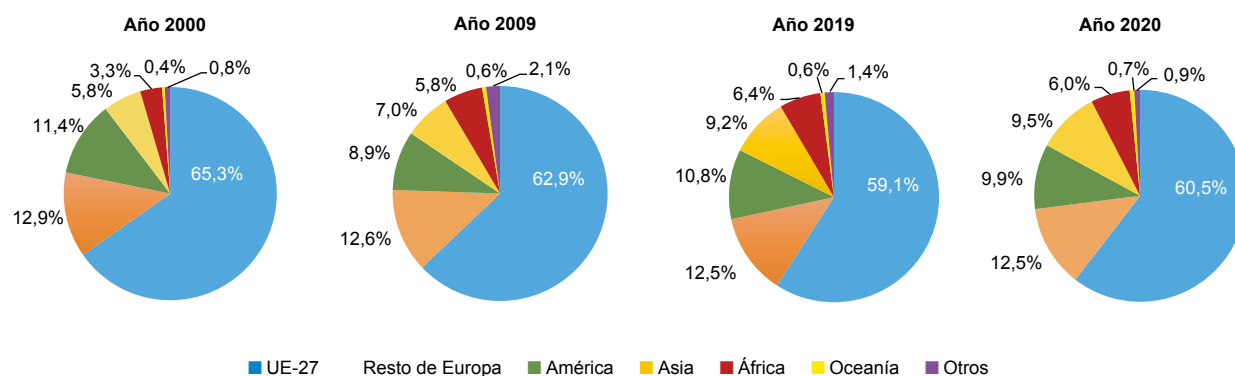
Por otra parte, resulta todavía insuficiente la presencia en determinados mercados. El crecimiento de las exportaciones españolas en aquellos países que han liderado el crecimiento de las importaciones a nivel global en los últimos 10 años (por ejemplo, China, Estados Unidos, o India) ha sido positivo pero limitado. En particular, hay tres mercados, Estados Unidos, China y Japón, que representan en 2019 casi un cuarto de las importaciones mundiales y en los que España tiene unas cuotas muy inferiores a su cuota en el comercio internacional y se encuentra relativamente peor posicionada que nuestros principales competidores. Sin una mayor presencia en estos mercados, resultará difícil incrementar nuestra cuota en las exportaciones mundiales.

Este hecho constituye otro desafío para la política comercial española, que se viene abordando desde 2005, primero, a través de los denominados PIDM (Planes Integrales de Desarrollo de Mercado)

y, actualmente, en el marco de la Estrategia 2017-2027, a través del ejercicio PASE (Países de Actuación Sectorial Estratégica, lanzado en marzo de 2019), que tiene por objetivo concentrar los esfuerzos en una serie de países en los que consolidar nuestra presencia en sectores con potencial de crecimiento y que supongan buenas oportunidades para las empresas españolas.

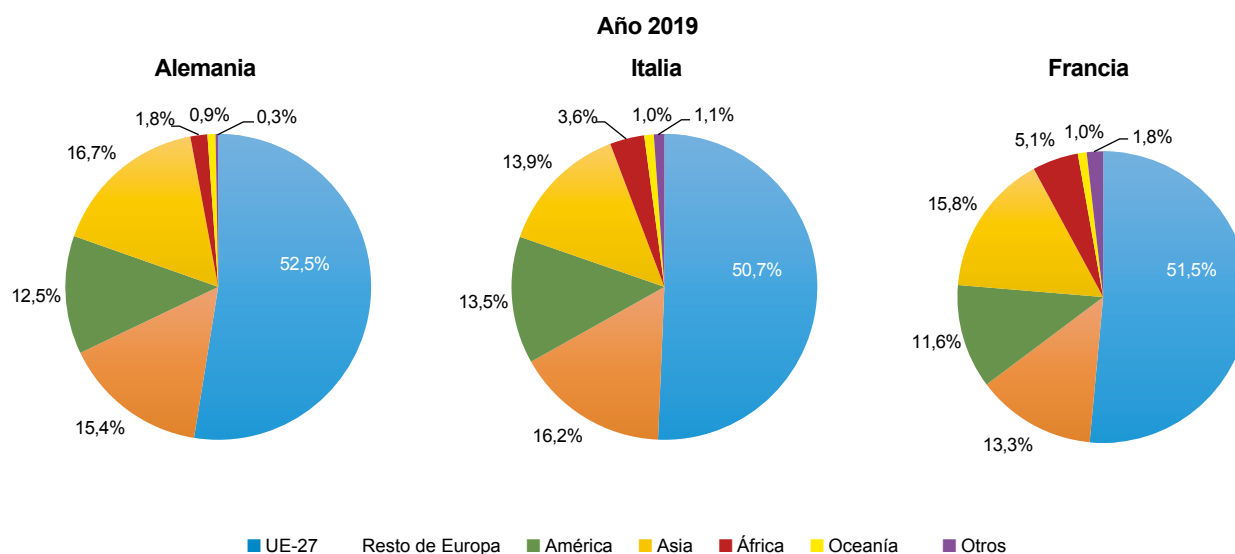
Tras el Brexit, las empresas españolas han de afrontar el reto de mantener su cuota de mercado en el mercado británico en unas condiciones menos favorables. Por ello, es necesario incluir también al Reino Unido entre los mercados que precisan una atención especial en el marco de la política comercial española, tanto por su tamaño como por la profunda integración económica y comercial bilateral existente.

Gráfico 17. Diversificación geográfica de las exportaciones españolas



Fuente: S. G. Estudios y Evaluación de Instrumentos de Política Comercial, con datos de Aduanas

Gráfico 18. Diversificación geográfica de las exportaciones de nuestros principales socios



Fuente: S. G. Estudios y Evaluación de Instrumentos de Política Comercial, con datos de Eurostat

La irrupción de la covid-19 ha alterado drásticamente el panorama económico, provocando una crisis sin precedentes, con un fuerte impacto a corto plazo sobre los flujos internacionales de comercio e inversión y con cambios en algunas tendencias a medio plazo que caracterizan el proceso de internacionalización.

Los datos de los dos primeros meses de 2020, de especial dinamismo, hacían esperar una prolongación de la senda positiva de años anteriores. Sin embargo, esta tendencia se quebró con la llegada de la pandemia y la subsiguiente interrupción de los movimientos de bienes y de personas, lo que originó una paralización de la actividad económica y un fuerte retroceso de las exportaciones mundiales de bienes y servicios en el primer semestre de 2020.

Desde la perspectiva de los componentes de demanda, la pandemia ha supuesto una caída drástica del gasto en bienes de consumo, especialmente de bienes de consumo duradero, y un colapso del turismo, en particular el internacional. La mayor incertidumbre ha generado un incremento del ahorro precautorio de los hogares y una reducción de las inversiones empresariales, a pesar de las políticas aplicadas para mitigar el impacto de la crisis sobre los ingresos de familias y empresas. En los distintos países, desde la óptica de la oferta, en un primer momento, se produjeron interrupciones en las cadenas mundiales de suministros. La caída de ingresos ha originado también cierres parciales o totales de algunas empresas, tensiones de liquidez o de solvencia. Además, se ha producido un aumento considerable del desempleo.

La crisis ha tenido un fuerte impacto sobre la demanda externa...

En este contexto, en España, tanto la demanda interna como la externa han contribuido a la caída de la actividad. Según la contabilidad nacional trimestral, en 2020 la demanda externa ha tenido una aportación negativa al crecimiento de 2,0 puntos, a causa de la intensa reducción del superávit de servicios. Este efecto se suma a la contribución negativa de la demanda nacional de 8,8 puntos, resultando una contracción del PIB del 10,8%.

De acuerdo con el Escenario Macroeconómico 2020-2021 del Gobierno de octubre de 2020, se prevé que el sector exterior vuelva a contribuir de manera positiva al crecimiento del PIB en 2021 (1,1 puntos porcentuales). Esta aportación se basa en unas estimaciones de recuperación de las exportaciones de bienes y servicios en volumen en 2021, en un 11,7% y un 8,6% respectivamente.

Por su parte, las proyecciones macroeconómicas (2021-2023) del Banco de España de marzo de 2021 contemplan que la contribución de la demanda exterior neta sea prácticamente nula en 2021, para pasar a ser positiva a partir de 2022.

El FMI²⁷ estima que el PIB español, tras contraerse un 11% en 2020, volverá a crecer en 2021 (6,4%) y 2022 (4,7%), recuperación a la que contribuirá la demanda externa.

²⁷ World Economic Outlook, abril 2021.

...en un contexto de contracción del crecimiento, el comercio y la inversión directa mundiales.

Para la economía mundial, el FMI estima una contracción del PIB del -3,3% en 2020 y prevén un crecimiento del 6,0% en 2021, con una variación del volumen del comercio mundial de bienes y servicios del -8,5 en 2020 y del 8,4% en 2021. La reactivación económica se verá impulsada por el avance de la vacunación y por las medidas de estímulo económico.

Por lo que se refiere al comercio internacional de mercancías, coincidiendo con la primera ola de la pandemia, en abril de 2020, la OMC planteó un escenario muy negativo, que contemplaba una contracción del volumen del comercio mundial de mercancías de entre el 12,9% y el 31,9% en 2020. Finalmente, los datos han sido menos negativos, con una caída del volumen del comercio de mercancías del 5,3% en 2020. La OMC espera que este comercio crezca un 8,0% en 2021.

Por su parte, la UNCTAD estima que los flujos de IED sufrieron un desplome del 42% en 2020 y prevé que sigan mostrando debilidad en 2021.

El notable impacto negativo a corto plazo sobre el sector exportador en España...

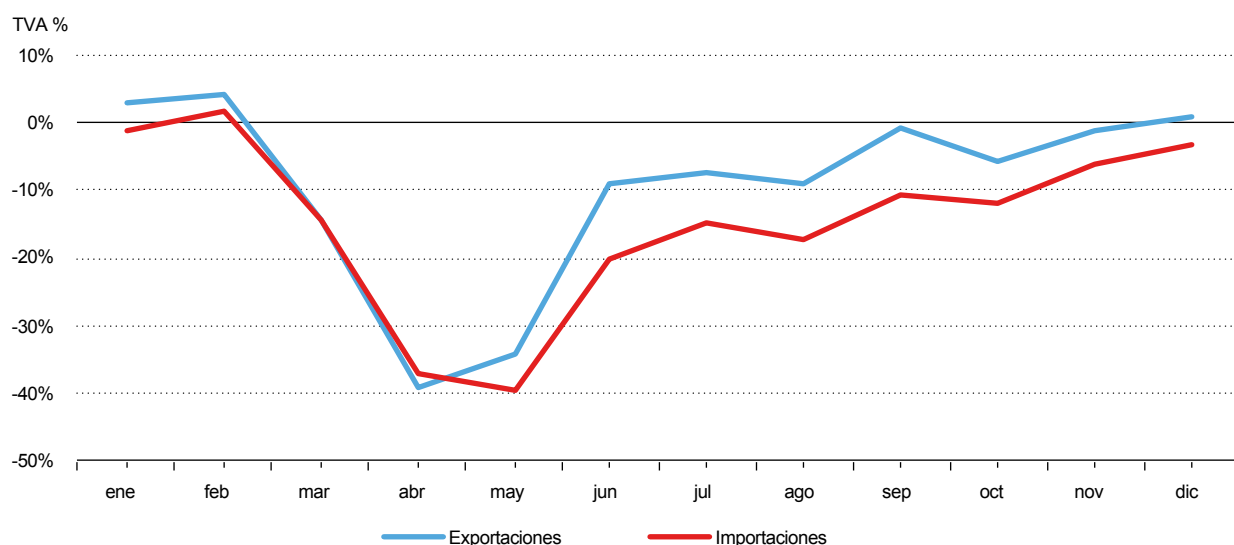
Los efectos económicos de la pandemia están siendo globales, aunque su intensidad es heterogénea, variando en función de la severidad de los brotes epidémicos y de la estructura económica de cada país. España se encuentra entre los países del área del euro que, hasta el momento, se han visto más afectados. Por un lado, fue necesario aplicar medidas de confinamiento muy estrictas durante la primera ola de la covid-19. Por otra parte, algunas características estructurales de la economía española han contribuido a amplificar el impacto, como son el elevado peso de los servicios cuya prestación supone una interacción social elevada, en particular los asociados al turismo, o la proporción de pymes en su tejido productivo, empresas que tienen una menor resistencia a las tensiones de liquidez generadas por la caída de ingresos.

En estas circunstancias:

- Tanto las exportaciones como las importaciones de bienes se contrajeron en marzo y con mayor fuerza en abril y mayo, con caídas interanuales que se aproximaron al 40%, coincidiendo con la mayor intensidad de las medidas de confinamiento, tanto en España, como en muchos de nuestros principales socios comerciales. Desde junio, ambos flujos han experimentado una recuperación progresiva, más rápida las exportaciones que las importaciones, regresando a niveles más cercanos a los de 2019.

Gráfico 19. Comercio exterior de mercancías 2020

Tasa de variación anual (%)

**Fuente:** Secretaría de Estado de Comercio con datos de Aduanas e II. EE. de la Agencia

- En el conjunto de 2020, las exportaciones españolas de bienes disminuyeron un 10,0% respecto al año anterior, mientras que las importaciones decrecieron un 14,7% interanual. El **saldo comercial** registró un déficit de 13.422,1 millones de euros, un 58,0% inferior al registrado en el mismo periodo de 2019. La tasa de cobertura se situó en el 95,1%, lo que representa 5,0 puntos porcentuales más que la registrada en 2019. Si tenemos en cuenta también el comercio exterior de servicios, la caída de las exportaciones de bienes y servicios en 2020, según el avance de la contabilidad nacional, fue del 20,9% (destaca la disminución del 77,4% en los ingresos asociados al turismo), mientras que las importaciones de bienes y servicios se redujeron un 17,8%. Como ya se señaló antes, la caída del comercio de servicios no turísticos, fue algo más suave que la de bienes, mientras que los flujos de turismo y viajes experimentaron una contracción especialmente intensa.

La **evolución del comercio exterior de nuestros principales socios comerciales** se recoge en el siguiente cuadro, que pone de manifiesto que el comportamiento de las exportaciones de bienes españoles estuvo en línea con el de las de otras economías de nuestro entorno, mientras que la caída de las importaciones españolas fue algo más intensa.

Comparativa internacional

País	EXPORTACIONES		IMPORTACIONES	
	Diciembre 2020	Enero- diciembre 2020	Diciembre 2020	Enero- diciembre 2020
España	0,9	-10,0	-3,3	-14,7
Alemania	2,7	-9,3	3,5	-7,2
Francia ⁽¹⁾	-5,5	-16,3	-3,8	-13,4
Italia	3,3	-9,7	-1,7	-12,8
Zona euro ⁽²⁾	1,7	-9,1	-0,1	-9,9
UE-27 ⁽³⁾	2,8	-8,3	0,9	-9,2
Reino Unido	-8,0	-14,6	16,0	-9,6
Estados Unidos	-2,0	-12,9	6,5	-6,4
China	18,1	3,6	6,5	-1,1
Japón	2,0	-11,1	-11,6	-13,8

(1) Francia, excluido el material de defensa

(2) Incluye ventas extra-zona euro 19 y ventas entre países de la zona euro

(3) Incluye ventas extra-UE y ventas entre países de la UE

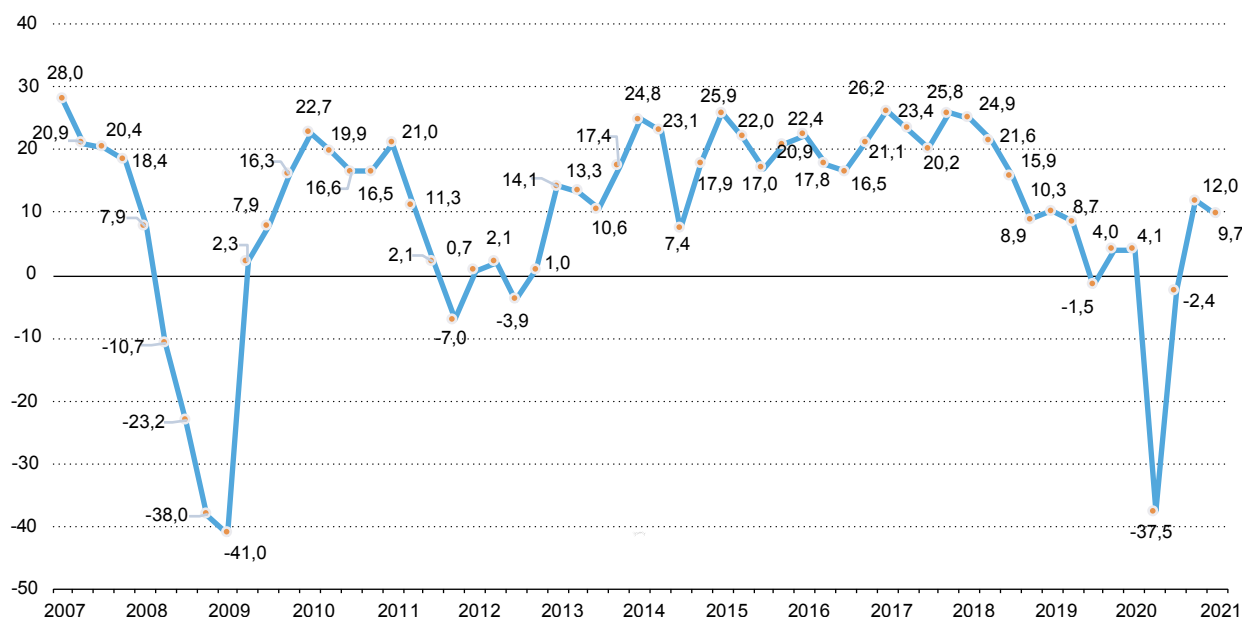
n.d.: datos no disponibles en la fecha de elaboración del informe. En la metodología de elaboración del Informe de Comercio Exterior, accesible en el sitio web de la Secretaría de Estado de Comercio (<http://www.comercio.gob.es/>) aparecen enlaces a las fuentes de datos originales, por lo que si se deseara, se podrían consultar allí los datos más recientes publicados.**Fuente: Secretaría de Estado de Comercio, con datos provisionales en moneda local de la fuente nacional.**

Otro elemento importante a analizar, es el impacto de la crisis sobre el **número de exportadores** y, en concreto, cómo se reparte el ajuste en el valor exportado entre una caída del número de operadores activos y una reducción del valor medio exportado. Como se señalaba con anterioridad, la pandemia ha provocado una interrupción en la tendencia creciente en el número de exportadores totales, pero no así en el número de exportadores regulares. En todo caso, para cualquier segmento de exportadores, la caída en el número de empresas que exportan ha sido menor que la del valor exportado. Por tanto, la mayor parte del ajuste de las exportaciones ha recaído sobre el valor medio exportado por cada operador (margen intensivo), mientras que la disminución del número de exportadores (margen extensivo) ha sido más moderada. Esto permite preservar la gran mayoría de las relaciones comerciales existentes, de manera que los exportadores estarán en buena disposición para beneficiarse a medida que se recupere la demanda internacional.

...según las expectativas de las empresas, vendría seguido de una recuperación relativamente rápida.

Aún es pronto para valorar el alcance de la pandemia sobre el sector exterior. Tras un dramático impacto inicial sobre el comercio de bienes, los datos de los últimos meses muestran una recuperación casi completa de las exportaciones y algo menor en el caso de las importaciones. En la medida en que se logre contener con éxito la pandemia y se vaya recuperando también el comercio exterior de servicios asociados al turismo y a la movilidad internacional, la evolución del sector exterior español a partir de 2021 debe ser positiva.

Para valorar las perspectivas del sector exterior, podemos tomar como referencia la Encuesta de Coyuntura de la Exportación, que es un buen termómetro de la situación del sector exportador y de sus expectativas.

Gráfico 20. Indicador Sintético de Actividad exportadora

Fuente: Secretaría de Estado de Comercio.

De acuerdo con el Indicador Sintético de Actividad Exportadora, tras el profundo deterioro sufrido en el segundo trimestre de 2020 y la recuperación parcial en el tercero, la actividad exportadora consolidó su recuperación en el cuarto trimestre, con una mejoría generalizada respecto al trimestre anterior, tanto en pedidos actuales y contratación de personal dedicado a la actividad exportadora, como en expectativas de ventas a tres y, sobre todo, a doce meses. El principal factor que explica esta mejoría es la progresiva recuperación de la demanda externa.

En una **encuesta realizada a una muestra representativa de los exportadores regulares entre mayo y junio de 2020 en el marco de la Encuesta de Coyuntura de la Exportación**, algunos de los principales resultados obtenidos sobre el impacto de la crisis han sido los siguientes:

- Casi el 60% de las empresas exportadoras regulares habían sufrido un descenso superior al 20% en la cartera de pedidos de exportación. Pero este impacto fue heterogéneo: mientras que un 35% de las empresas había tenido caídas de más del 50%, otro 23% habían mantenido o incrementado sus exportaciones. Por sectores, el más perjudicado fue el del automóvil y el menos afectado el de alimentación.
- El 60% de las empresas habían mantenido estable su plantilla dedicada a tareas de exportación.
- La menor demanda en los países de destino habría sido el principal motivo de caída de las exportaciones, seguido a cierta distancia por las restricciones nacionales a la actividad económica y las restricciones internacionales a la movilidad.

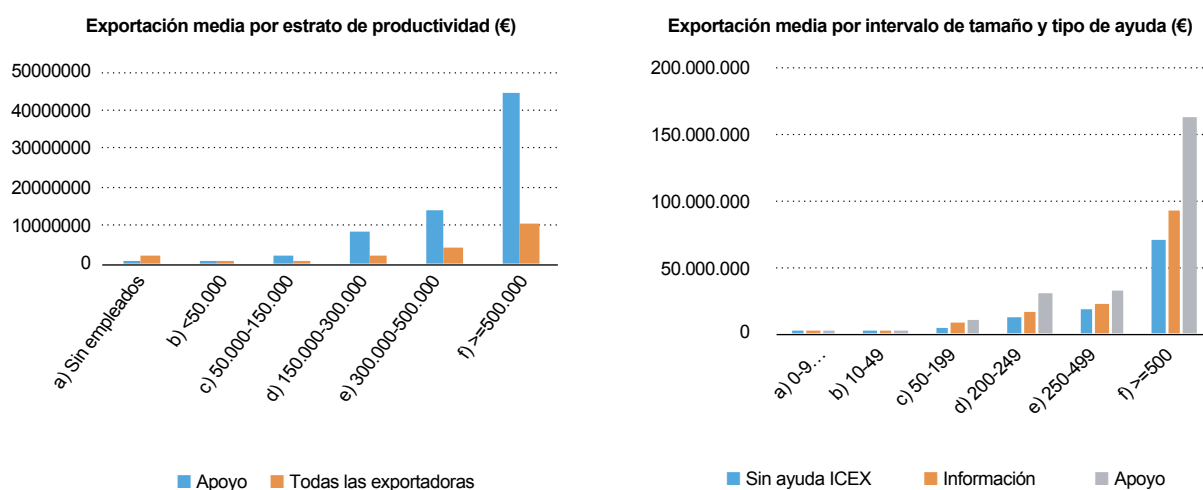
Por el contrario, la interrupción de las cadenas de suministro y las dificultades financieras habrían tenido una incidencia menor sobre las exportaciones.

- Los instrumentos de apoyo a la internacionalización que las empresas consideran que deben reforzarse de forma prioritaria son: la cobertura de riesgos asociados al comercio exterior: seguro de crédito exportación, inversión, avales (13%), las campañas para mejorar la imagen internacional de España (13%), el acceso a contactos de potenciales clientes o socios locales en el mercado de destino (10%) y el apoyo logístico (10%).

la caída de actividad en determinados sectores se prolonga, las actuales tensiones de liquidez de algunas empresas pueden convertirse en problemas de solvencia, que terminen provocando el cierre de negocios. **En este contexto se hace necesario adaptar y reforzar la política de apoyo a la internacionalización para mantener la base exportadora y las cuotas españolas de exportaciones en los mercados de bienes y servicios, así como para aumentar la resiliencia de nuestro tejido productivo frente a los efectos de la pandemia.**

En este sentido, cabe destacar que las empresas que han recibido apoyo de ICEX, además de una mayor propensión exportadora, presentan una mayor exportación media.

Gráfico 21.



Fuente: CEEPE

En conclusión, las fortalezas acumuladas por el sector exterior de España, lo sitúan en mejor posición para contribuir a la recuperación sostenible de la economía que la que tenía tras la crisis de 2008. La economía española es ahora:

- **Más abierta:** en los últimos años, se ha logrado una creciente apertura de la economía española y, a pesar del fuerte impacto de la pandemia, las exportaciones de bienes y servicios se situaron en el 30,4% de PIB en 2020; más de 7 puntos por encima de su nivel en 2009.

- **Con un mayor número de empresas internacionalizadas:** se ha incrementado la base exportadora, con un aumento de más de 16.000 exportadores regulares desde 2010, hasta superar las 55.000 empresas que exportan regularmente en 2020.
- **Más competitiva y diversificada internacionalmente:** hasta la llegada de la pandemia, España ha conseguido mantener simultáneamente un dinámico crecimiento económico y un saldo superavitario por cuenta corriente y, al mismo tiempo, se han abierto nuevos mercados: en 2020 cerca de un 40% de las exportaciones de bienes y alrededor de la mitad de los servicios han tenido como destino países extracomunitarios.

El sector exterior español está en condiciones de volver a contribuir a la creación de empleo a medida que se vaya consolidando la recuperación de la economía global. Para ello, las empresas están teniendo que adaptarse a un entorno de elevada incertidumbre, así como a la aceleración de algunas tendencias internacionales, como la digitalización, la creciente importancia de la sostenibilidad y la posible reorganización de las cadenas globales de valor. Estos cambios suponen un reto de adaptación, pero al mismo tiempo, ofrecen nuevas oportunidades de negocio para las empresas españolas.

Teniendo en cuenta el análisis anterior, la complejidad del escenario económico actual marcado por la pandemia, así como la experiencia acumulada que se deriva de la elaboración y ejecución de los distintos planes de acción, se puede construir una matriz-resumen de las **Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades** que tiene España a la hora de definir su estrategia de internacionalización.

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
ANÁLISIS INTERNO	✓ Aumento continuado de la base exportadora, en particular de las empresas que exportan regularmente.	✗ Reducido tamaño medio de los exportadores, con menor participación de empresas grandes que en los países de nuestro entorno. El menor tamaño está asociado a una menor productividad, lo que limita el potencial exportador.
	✓ Mantenimiento de la cuota de exportación mundial y de la competitividad.	✗ Escasa propensión a exportar de la pyme.
	✓ Mayor peso de las exportaciones a mercados no comunitarios en relación a hace una década.	✗ Todavía insuficiente diversificación geográfica de las exportaciones, con una presencia aun moderada en mercados con EEUU y China.
	✓ Sectores muy competitivos que se han afianzado durante la pandemia, como alimentación y medicamentos, o que se han recuperado con fuerza tras el impacto inicial, como los bienes de equipo y automóvil. ✓ Liderazgo en el sector de energías renovables. ✓ Creciente peso del comercio de servicios no turísticos.	✗ Sectores intensamente afectados por la pandemia, como turismo, transportes y otros servicios.
	✓ Creciente número de empresas competitivas en sectores de contenido tecnológico medio-alto.	✗ Todavía insuficiente contenido tecnológico de las exportaciones. En particular, escaso peso de los sectores de intensidad tecnológica alta.
	✓ Favorable inserción en las cadenas globales de valor.	✗ Necesidad de reforzar el posicionamiento en actividades con mayor valor añadido. ✗ Dependencia exterior en algunos sectores estratégicos.
	✓ Mantenimiento de superávit por cuenta corriente, pese al menor saldo turístico.	✗ Posición neta de inversión internacional negativa, muy elevada en comparación con otros países de nuestro entorno.
	✓ Amplia gama de instrumentos y organismos de apoyo a la internacionalización.	✗ Apoyo financiero oficial con volumen y flexibilidad menores que los de los países de nuestro entorno. ✗ Dificultades, particularmente para las pymes, para acceder a la información sobre instrumentos y programas.
	✓ Creciente cultura de internacionalización en las empresas. ✓ Concienciación de la necesidad de incorporar la digitalización en los modelos de negocio. ✓ Importante despliegue de red de fibra óptica. ✓ Infraestructuras aeroportuarias y ferroviarias de transporte de personas de calidad.	✗ Insuficiente formación en internacionalización en todos los niveles de personal de las empresas, particularmente pymes, incluido el dominio de idiomas. ✗ Las mujeres sufren más limitaciones que los hombres para emprender y abordar la internacionalización. Deficiencias en el aprovechamiento del talento. ✗ Bajo grado de digitalización de las empresas, en particular de las pymes. ✗ Elevada dependencia tecnológica del exterior.
	✓ Posición privilegiada como plataforma de atracción de IDE desde la que hacer negocios con el resto de Europa, América Latina y norte de África.	✗ Necesidad de reforzar la atracción de inversión de alto valor añadido. ✗ Falta de desarrollo de suficiente conectividad (ferroviaria-mercancías).

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
ANÁLISIS EXTERNO	✓ Potencial español en regiones como EEUU y Europa por los planes de infraestructuras y recuperación, Asia (por su salida temprana de la crisis) y África (por su potencial de crecimiento) y en sectores como el agroalimentario y medicamentos (reforzados durante la pandemia) y otros para los que se abren nuevas oportunidades asociadas a la transformación de las economías, como energías renovables, ingeniería, construcción y gestión de infraestructuras y agricultura biológica.	✗ Reducción de los flujos del comercio global. ✗ Vulnerabilidad de España por el peso en nuestro sector exterior de los sectores más expuestos a la crisis (turismo, sector aéreo). ✗ Intensa implantación empresarial de España en las regiones más afectadas por la covid-19 y menor presencia en las zonas de mayor crecimiento (Asia) y potencial de desarrollo económico futuro (África). ✗ Incertidumbre sobre el ritmo de la recuperación económica mundial.
	✓ Sector financiero internacional más capitalizado y resiliente.	✗ Tendencias proteccionistas y posible relocalización de sectores estratégicos. Tendencia a consumir productos locales.
	✓ Oportunidades asociadas a las implantación de nuevas tecnologías y la digitalización de la economía.	✗ Mercados globales muy competitivos que exigen capacidad de innovación y adaptación rápida a los cambios. Plantea más dificultades de adaptación para las pymes. ✗ Brecha de género.
	✓ Oportunidades de negocio asociadas a las transición ecológica a nivel internacional.	✗ Necesidad de adaptación de las empresas a nueva regulación y estándares.
	✓ Posible reorganización de las cadenas globales de valor, con tendencia al acortamiento, a una mayor proximidad geográfica y una mayor diversificación de proveedores. España puede aprovechar para situarse como eje de la cadena de valor euro-africana.	✗ Algunos de los segmentos más susceptibles de ser relocalizados son los basados en costes de producción bajos, que no son los que más potencial presentan para una economía desarrollada.
	✓ Una mayor percepción de riesgo a nivel global aumenta el atractivo de España por su marco regulatorio e institucional estable y por el acceso a los mercados comunitarios.	✗ Reducción de los flujos globales de IED, intensa competencia entre las Agencias de Promoción de Inversiones por atraer proyectos, en especial en sectores estratégicos.
	✓ Importancia de la transparencia y de rendición de cuentas de las sociedades democráticas.	✗ Campañas externas procedentes de regímenes totalitarios que buscan desprestigiar la imagen de las sociedades democráticas.
	✓ Amplia red de Acuerdos de Libre Comercio de la UE y negociaciones en marcha, que ofrecerán a nuestras empresas oportunidades de acceso a nuevos mercados. ✓ Potencial para la mejora de la imagen de España en algunos sectores y mercados, en donde es poco conocida.	✗ Fricciones en el buen funcionamiento del Mercado Único de la UE. ✗ Obstáculos vinculados al <i>Brexit</i>.
	✓ Oportunidades de negocio asociadas a los programas de recuperación económica y su orientación, particularmente en la UE, hacia actividades relacionadas con la digitalización y la transición energética.	✗ Competencia desigual debido a las ayudas de Estado otorgadas por nuestros socios europeos a sus empresas, que compiten con las empresas españolas internacionalizadas.

IV. OBJETIVOS Y PRIORIDADES

OBJETIVO GENERAL

El objetivo general de la Estrategia de Internacionalización de la Economía Española y de este Plan de Acción 2021–22 es el impulso de la internacionalización de la economía española, consiguiendo que el sector exterior se configure, de nuevo, como pilar de la reactivación económica y del creimiento generador de empleo de carácter estructural, a través de la mejora en la competitividad y de la mayor presencia de nuestras empresas en el exterior.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Tal como se estableció en el plan de acción anterior, teniendo en cuenta el análisis de nuestras fortalezas y debilidades a la luz del diagnóstico actualizado sobre nuestro sector exterior, este objetivo general se plasma en los siguientes **objetivos específicos a los que se han asociado unos indicadores que nos permitan cuantificar su grado de consecución, que vienen recogidos en el Anexo IV** ²⁸. **A la luz de la evolución de los distintos indicadores se realizará un seguimiento y valoración de este plan, con el fin último de impulsar las mejoras que puedan resultar necesarias.** No obstante, muchos de los factores y variables que tienen impacto en el ámbito de la internacionalización de la economía —muchos de los cuales están recogidos en las amenazas del análisis DAFO, como por ejemplo las crecientes tendencias proteccionistas y la proliferación de barreras comerciales— escapan del ámbito de actuación del plan y del propio Gobierno, siendo necesario tener en cuenta este extremo a efectos de realizar una evaluación rigurosa y adecuada del efecto que el plan tenga sobre la internacionalización de la economía española.



²⁸ Los objetivos a este nivel y los indicadores asociados son idénticos a los del Plan de Acción 2019–20 por dos razones: por una parte, el diagnóstico no ha cambiado sustancialmente y, por otra, esto permite realizar mediciones de datos homogéneos.

OBJETIVOS INTERMEDIOS

Para alcanzar los objetivos específicos, se definen **una serie de objetivos intermedios**, incidiendo cada uno de estos objetivos intermedios en varios de los primeros. No obstante, las políticas necesarias para incidir en algunos de estos objetivos escapan del ámbito de la internacionalización. Por ello, solo se asocian indicadores a aquellos objetivos intermedios relacionados con las políticas de internacionalización que llevan a cabo los distintos instrumentos comerciales y financieros de apoyo a la internacionalización.²⁹ Estos indicadores se recogen en el Anexo IV.

A continuación, se enumeran los objetivos intermedios agrupados según los ejes de la estrategia:

EJE 1: OFRECER UN APOYO A LA INTERNACIONALIZACIÓN CADA VEZ MÁS ADAPTADO A LAS NECESIDADES Y AL PERFIL DE NUESTRAS EMPRESAS, PARTICULARMENTE CON EL FOCO EN MEJORAR EL ACCESO DE LAS PYMES A LOS MERCADOS EXTERIORES

Los objetivos intermedios relativos al Eje 1 son:

- 1) Potenciar la **capacidad de resiliencia de nuestro sector exterior con instrumentos suficientes y adecuados a sus necesidades**, con especial atención a las pymes y a otras empresas con mayor dificultad de acceso a la financiación por su propia naturaleza (innovadoras, de nueva creación y lideradas o propiedad de mujeres, entre otras).
Para ello, es fundamental **conocer mejor** a nuestras empresas exportadoras y potencialmente exportadoras, con el fin de diagnosticar mejor sus necesidades y diseñar y promover instrumentos y programas adaptados a las mismas.
También es de máxima importancia **reforzar el apoyo personalizado a la empresa española, a través de la Red Exterior de Oficinas Económicas y Comerciales de la Secretaría de Estado de Comercio, generando inteligencia de mercado e inteligencia empresarial** para identificar amenazas reales y potenciales y seleccionar oportunidades factibles y específicas.
- 2) **Continuar la adaptación de los instrumentos de apoyo financiero oficial a las empresas para su internacionalización (FIEM, CESCE, COFIDES como gestora de los fondos FIEX y FONPYME, e ICO)**, con el objetivo de contar con instrumentos más ágiles y con mayor alcance en su ámbito de aplicación, y que todo ello redunde en mayor y mejor uso por parte de las empresas españolas.
- 3) **Fomentar e incentivar la participación de mujeres** en los programas gubernamentales establecidos para apoyar la internacionalización y continuar poniendo en marcha programas específicos de acompañamiento para empresas exportadoras propiedad de mujeres.

²⁹ Estos indicadores podrán ser complementados con indicadores de actividad, de satisfacción de los clientes, etc., que incorporen los distintos instrumentos y organismos de fomento de la internacionalización en sus respectivos planes.

- 4) Facilitar el acceso de las empresas, particularmente las pymes, a la **información** relativa a los distintos instrumentos, informes de comercio exterior y sector/mercado actualizados, que sea útil en su proceso de toma de decisiones, así como sensibilizar a la pyme sobre la **importancia estratégica de la internacionalización como vía de salida de la crisis, cuando se recupere la normalidad.**
- 5) **Consolidar la sostenibilidad** como herramienta de internacionalización en una estrategia empresarial vinculada a potenciar el impacto social y medioambiental en los mercados de destino y a reducir el riesgo ante marcos regulatorios potencialmente inciertos o cambiantes.

EJE 2: INCORPORAR LA INNOVACIÓN, LA TECNOLOGÍA, LA MARCA Y LA DIGITALIZACIÓN A LA INTERNACIONALIZACIÓN

Los objetivos intermedios relativos al Eje 2 son:

- 1) Incorporar **la innovación tecnológica.**
- 2) Favorecer la creación y consolidación de **las marcas sectoriales e individuales de las empresas y mejorar la imagen país como marca colectiva.**
- 3) Acompañar a las empresas internacionalizadas en el cambio estructural necesario —y acelerado por las circunstancias— **hacia la digitalización y el uso masivo de tecnologías.**

EJE 3: DESARROLLO DE TALENTO PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN

Los objetivos intermedios relativos al Eje 3 son:

- 1) Potenciar la **formación en internacionalización utilizando las nuevas tecnologías.**
- 2) Consolidar la internacionalización de las universidades españolas.
- 3) Fomentar programas de **estudiantes en prácticas en el ámbito de la internacionalización.**
- 4) Facilitar la **atracción de talento a través de, entre otros, la eliminación de trabas burocráticas y administrativas.**

EJE 4: APROVECHAR MEJOR LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO DERIVADAS DE LA APERTURA DE LOS MERCADOS POR LA POLÍTICA COMERCIAL COMÚN Y DE LA FINANCIACIÓN DE LAS INSTITUCIONES FINANCIERAS INTERNACIONALES, LA UNIÓN EUROPEA Y OTROS ORGANISMOS INTERNACIONALES

Los objetivos intermedios relativos al Eje 4 son:

- 1) Trabajar para mejorar las oportunidades de negocio para las empresas a través de **mercados más abiertos** y con marcos regulatorios más estables basados en reglas que redunden

en un refuerzo de la **seguridad de las cadenas globales de valor**. Se instará en el seno de la UE a lograr un mayor aprovechamiento de la red de acuerdos comerciales como fuente de diversificación de la oferta, así como a incorporar en las negociaciones comerciales compromisos en materia de **comercio y desarrollo sostenible, cambio climático y pymes y participación de la mujer en el comercio**.

- 2) **Reforzar los canales de relación con las empresas** para que puedan aprovechar mejor los beneficios de los acuerdos comerciales firmados por la UE con terceros países.
- 3) Aumentar la capacidad de influencia de España en las **instituciones comunitarias y organismos internacionales** e impulsar la presencia de profesionales españoles de alta cualificación en las mismas.
- 4) Favorecer la participación de empresas españolas en **licitaciones internacionales**, con especial atención al aprovechamiento por parte de nuestras empresas de la financiación de carácter **multilateral**, a través de, entre otros, el refuerzo de las **herramientas de inteligencia económica y empresarial** para profundizar en el conocimiento de las licitaciones internacionales y poder mejorar el posicionamiento de España en los procesos de adjudicación.

EJE 5: POTENCIAR LA CAPTACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE LA INVERSIÓN EXTRANJERA DE ALTO VALOR AÑADIDO

Los objetivos intermedios relativos al Eje 5 son:

- 1) **Captar activamente** proyectos de **inversión extranjera en países y sectores** prioritarios/estratégicos, asegurando la coherencia con la política industrial y los planes sectoriales, así como las oportunidades que surjan en la reorganización de las cadenas globales de valor.
- 2) Promocionar **España como plataforma global de negocios e inversiones**.
- 3) Atraer **inversión de América Latina, Oriente Medio y de determinados mercados estratégicos de Asia**, como Japón o Corea del Sur.
- 4) Apoyar **inversiones tecnológicas y emprendimiento** en sectores/actividades innovadoras.
- 5) **Mejorar el clima de negocio** y apoyar el mantenimiento y consolidación de la inversión ya establecida.

EJE 6: REFORZAR LA COORDINACIÓN Y COMPLEMENTARIEDAD DE LAS ACCIONES DE TODOS LOS ACTORES RELEVANTES EN MATERIA DE INTERNACIONALIZACIÓN

Los objetivos intermedios relativos al Eje 6 son:

- 1) Mejorar la colaboración entre **los distintos niveles de la administración** y con **instituciones del sector público y del sector privado** que actúan en el apoyo a la internacionalización.
- 2) Buscar **sinergias entre las políticas de internacionalización y otras políticas de otros ámbitos de la administración** como igualdad de género, movilidad, transición ecológica y

lucha contra el cambio climático, educación, trabajo, migración, terrorismo, transparencia y lucha contra el blanqueo de capitales y corrupción, etc.

- 3) Asegurar la **coherencia de las actuaciones de la administración comercial española en materia de internacionalización**, en particular la coordinación de la red exterior de Oficinas Económicas y Comerciales con los Servicios Centrales y las Direcciones Territoriales y Provinciales de la Secretaría de Estado de Comercio, así como con las Cámaras de Comercio Oficiales Españolas en el exterior.
- 4) Potenciar un diálogo fluido con **el sector privado**, de forma que quede asegurada que la orientación del plan responde a sus inquietudes, respetando **el principio de complementariedad de las actuaciones públicas**.

PRIORIDADES GEOGRÁFICO-SECTORIALES: PASE (PAÍSES CON ACTUACIÓN SECTORIAL ESTRATÉGICA), BREXIT ÁFRICA Y AMÉRICA LATINA

El principio rector de adicionalidad de la actuación pública conlleva la búsqueda del empleo eficiente de los recursos y, por tanto, la necesidad de identificar **desde el punto de vista geográfico y sectorial** aquellos mercados más atractivos para el conjunto de la oferta española. Se continuará favoreciendo la **diversificación** de las exportaciones y la implantación de **nuestras empresas en sectores y destinos estratégicos, con atención a las oportunidades que puedan derivarse de la crisis**.

Las acciones del plan se concentran en los **sectores de hábitat, moda, cadena de valor agroalimentaria, sector salud, sector de tecnologías de la información y comunicaciones, infraestructuras — incluidas energías renovables, movilidad y agua—, sector del automóvil e industrias culturales, con especial atención al sector audiovisual**. En todos los sectores, se prestará especial atención en asegurar la **sostenibilidad** ambiental, económica y social, e incorporar la **digitalización y la tecnología**.

En colaboración con la Secretaría de Estado de Turismo y dado el fuerte impacto de la pandemia sobre el sector turístico español, líder mundial y con un elevado peso en el PIB y el empleo de nuestro país, **este plan de acción pondrá el foco en la internacionalización de la empresa turística española**, especialmente las de tamaño medio y pequeño altamente especializadas y con propuestas basadas en la tecnología y la digitalización, con modelos de negocio singulares.

Se buscará asimismo **atraer la inversión extranjera directa en sectores estratégicos**, asegurando la coherencia con la política industrial, los planes sectoriales y los objetivos transversales de digitalización y transición ecológica, así como las oportunidades que surjan en la reorganización de las cadenas globales de valor. Se reforzará el papel de ICEX-Invest in Spain, clave en la atracción de IED y detección de barreras, fundamentalmente en los **mercados considerados prioritarios como emisores de inversiones (Japón, China, India, Corea y Singapur en Asia; EEUU, Canadá, México, Colombia, Chile, y Brasil en América, Rusia, Turquía y varios países de Europa central y países del CCG)**, además de en los principales países de la UE. Los sectores de atención preferente serán las industrias de alto contenido tecnológico, **que contribuyan a los objetivos de la doble**

transición ecológica y digital, haciendo especial hincapié en los sectores y subsectores relacionados con la **movilidad eléctrica y nuevas formas limpias de propulsión, las energías renovables, la optimización de la producción agroalimentaria y ciencias de la vida**.

La Secretaría de Estado de Comercio decidió en 2019 llevar a cabo una reestructuración de los Planes Integrales de Desarrollo de Mercados (PIDM), lanzados en 2005, dándoles un enfoque de carácter más sectorial. La experiencia acumulada con los PIDM llevó a concluir que no es posible asumir un liderazgo sectorial estratégico en todos los sectores exportadores, siendo necesario centrar los esfuerzos en aquellos sectores y países que mayor beneficio colectivo proporcionen. Es imprescindible seleccionar los **sectores de oportunidad en determinados mercados** que mejor encajen con nuestra oferta exportable y donde las empresas españolas cuentan con un amplio margen de mejora para consolidar su presencia exterior. Una vez seleccionados, **hay que definir cursos de acción específicos** que permitan el acceso, implantación y permanencia de las empresas españolas en dichos mercados. Este nuevo enfoque se denomina **PASE (Países con Actuación Sectorial Estratégica)** y se realizó de forma paralela al anterior plan bienal de acción.

La definición del ejercicio **PASE** se realizó tomando como base, en primer lugar, el análisis cuantitativo³⁰ de una serie de indicadores objetivos sobre el potencial de los mercados para nuestras empresas y en la información proporcionada por la red de Oficinas Económicas y Comerciales en el exterior y por ICEX. Los países seleccionados fueron los siguientes: **Brasil, Canadá, China, Corea, Estados Unidos, India, Japón, Marruecos, México, Rusia, Sudáfrica y Turquía**³¹. Para cada uno de ellos se seleccionaron una serie de sectores estratégicos, así como una serie de actuaciones a desarrollar en 2019—20. Conviene matizar que en ningún caso se trata de una lista excluyente, es decir, no se deja de realizar actuaciones determinadas en apoyo de la internacionalización en otros sectores y países no incluidos. Para la definición del ejercicio, se consultó a otros departamentos ministeriales en el marco del Grupo de Trabajo de Apoyo a la Internacionalización, a la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE) y a la Cámara de Comercio de España (CCE), entre los actores relevantes en materia de internacionalización.

Con carácter bienal se realizan también el seguimiento, la evaluación y, en su caso, revisión de los países y sectores seleccionados, teniendo en cuenta que se trata de una iniciativa de medio—largo plazo y, por tanto, dinámica y dependiente de una realidad en constante cambio. **En el escenario actual, teniendo en cuenta que 2020 ha sido un año particularmente complicado para el sector exterior, se ha decidido ampliar el ejercicio un año más, manteniendo la lista de países y sectores inicialmente seleccionados y añadiendo Reino Unido por los efectos del Brexit.**

³⁰ Sobre un universo base de los principales importadores mundiales de bienes y servicios y de los principales destinos de las exportaciones españolas fuera de la UE y EFTA, se calcula una serie de variables económicas que permiten ordenar su potencial, tales como la dimensión de mercado, su evolución y perspectivas de crecimiento, el grado de apertura, la exportación y la inversión española, el interés manifestado por empresas españolas o la estabilidad macro—financiera. **Posteriormente se realiza un análisis del potencial exportador de los diferentes sectores en cada país, apoyado en la herramienta de potencial exportador del *International Trade Center*, y utilizando asimismo estudios de potencial de mercado sobre la base de modelos de gravedad.** Finalmente, a partir de la información obtenida y la experiencia de los expertos sobre el país y los sectores, se identifican las herramientas para la intervención pública más eficaz.

³¹ https://comercio.gob.es/es—es/estrategia_internacionalizacion/Paginas/Pase.aspx

APOYO A LA ADAPTACIÓN AL NUEVO MARCO DE LA RELACIÓN COMERCIAL CON REINO UNIDO TRAS EL *BREXIT*

La salida del Reino Unido de la UE ha supuesto un desafío radical para las empresas que hacen sus negocios con el país. El Acuerdo de Comercio y Cooperación alcanzado el 24 de diciembre de 2020 ha de ser valorado como muy positivo, pues contiene algunas de las disposiciones más ambiciosas negociadas por la UE en un acuerdo de libre comercio (ACL) hasta la fecha y, sin duda, contribuirá a amortiguar el impacto negativo del *Brexit*. No obstante, supone un cambio de paradigma en nuestras relaciones con Reino Unido que, de basarse en el Mercado Único y la Unión Aduanera de la UE, pasa ahora al esquema de ALC, lo cual conlleva automáticamente una degradación en las condiciones de acceso en los respectivos mercados y a la aparición inevitable de barreras, fricciones y mayores costes asociados para las empresas.

Reino Unido va a seguir siendo un socio fundamental desde el punto de vista económico y comercial. Por ello va a ser indispensable mantener la atención en la adecuada aplicación de los Acuerdos de Retirada y de Comercio y Cooperación entre la Unión Europea y Reino Unido y en su desarrollo institucional, que debe garantizar la fluidez de los intercambios comerciales, así como supervisar la dinámica de la relación futura, haciendo uso de los mecanismos establecidos por el Acuerdo para la solución de los conflictos que puedan llegar a producirse en caso de que sea necesario. La Secretaría de Estado de Comercio ha realizado **estudios de impacto del *Brexit***. En 2020 se realizó un estudio de impacto económico del *Brexit* en España en los distintos escenarios posibles³².

Para apoyar a nuestras empresas en la adaptación al nuevo marco y facilitar una transición lo menos perjudicial posible, desde la Secretaría de Estado de Comercio se ha desarrollado una importante labor de comunicación y asesoramiento, a través de la celebración de más de 100 jornadas y webinarios, así como numerosos talleres sectoriales y de corte regional sobre las principales implicaciones del *Brexit* y de la entrada en vigor provisional del Acuerdo de Comercio y Cooperación el 1 de enero 2021, **en los que han participado más de 5.000 empresas.** Asimismo, se ha desarrollado un banner específico en la página web de la Secretaría de Estado donde hay a disposición de las empresas de manera gratuita numerosa documentación de utilidad, incluyendo las **“Guías de acceso al mercado británico”** elaboradas por la Oficina Comercial de España en Londres, basadas en las numerosas consultas que responden con motivo del *Brexit* y que se han intensificado de manera exponencial en los últimos meses.

Se continuará con las acciones de comunicación y asesoramiento, **con especial foco en las necesidades y problemática de las pymes, cuyas peculiaridades las hacen especialmente vulnerables a la nueva situación y se incrementarán los canales para la**

³² <https://comercio.gob.es/es-es/brexit-comercio/Paginas/estudio-impacto-economico-Brexit.aspx>

detección de los posibles problemas a los que se enfrentan las empresas en su aplicación. Entre ellos destaca la constitución de **Canal Brexit**, como ventana de diálogo intensificado con las asociaciones empresariales y los expertos de los Departamentos de la Administración implicados, con el fin de detectar en tiempo real los obstáculos existentes o futuros que puedan surgir. Asimismo, se realizará un seguimiento estrecho del desarrollo del entramado institucional establecido por el acuerdo, asegurando una participación activa por parte de las autoridades españolas, con el fin de garantizar el adecuado traslado de nuestros intereses estratégicos en el plano comercial en función de las inquietudes manifestadas por las empresas.

Por otro lado, desde ICEX se han desarrollado diversas herramientas específicas para el **Brexit**. El **"cheque Brexit"** es un descuento en el precio de los Servicios Personalizados prestados por ICEX a través de las Oficinas Económicas y Comerciales de España en el Exterior. El objetivo es apoyar a las empresas que vayan a afrontar las nuevas condiciones de acceso al mercado británico o que quieran acelerar su diversificación de mercados. Los descuentos en la contratación de Servicios Personalizados en Reino Unido permitirán a las empresas españolas incrementar el número de prospecciones en otros mercados y solicitar servicios adicionales a la Oficina Económica y Comercial en Londres y reforzar nuestra presencia en dicho mercado. Asimismo, **se ha reforzado Ventana Global** para atender de forma más eficaz las dudas de empresas españolas en relación al *Brexit* y se ha organizado la información relevante para hacerla mucho más accesible.

ICEX—CECO ha incluido la comprensión del *Brexit* y sus desafíos entre los temas a tratar en sus nano—cursos online masivos, abiertos, especializados (NOOC), que continuarán desarrollándose a lo largo del 2021.

En el ámbito de las ayudas de la convocatoria **ICEX NEXT 2021**, instrumento diseñado para dar consultoría estratégica a empresas a medio plazo, se incluye una vía de acceso a este programa de consultoría estratégica para empresas especialmente afectadas por el *Brexit*, a fin de apoyar a estas empresas en el proceso de ajuste a las nuevas condiciones de mercado.

Por otra parte, **el Brexit supone una modificación sustancial en el aprendizaje del inglés**, una herramienta clave desde el punto de vista económico y empresarial en un mundo globalizado. Mejorar el dominio de los idiomas por parte de los alumnos en España aumentará las posibilidades de éstos en la búsqueda de trabajo en España y el extranjero, y mejorarán las capacidades de internacionalización de las empresas españolas. La salida del Reino Unido de la UE reduce a Malta e Irlanda los países en los que el inglés es idioma nativo dentro de la UE, por lo que los centros de enseñanza en España tendrán grandes dificultades para encontrar esos profesores nativos. Ello afecta a centros educativos de todas las fases (incluidas las escuelas de negocios) y de todos los perfiles, tanto privados, como concertados como públicos. Por ello, dentro de la aplicación de la citada Ley 14/2013, **se ampliará la condición de sector estratégico a la educación en todas sus fases, lo que favorecerá que los centros educativos puedan acceder a la contratación de profesionales altamente cualificados.**

En todo caso, tal como viene demandando nuestro sector empresarial, se podrá ampliar la estrategia PASE a otros mercados donde las empresas españolas están aun escasamente presentes y pueden existir oportunidades para ellas, algunas derivadas de la crisis, como el sur de Asia y África. Así:

- Los cambios en los mercados internacionales están abriendo nuevas oportunidades comerciales y de inversión que las empresas españolas deben aprovechar, pues su presencia actual en determinados países y sectores no refleja la capacidad real de las mismas.
- En particular, el apoyo público se considera fundamental en relación a mercados con potencial económico—comercial considerable en los que la presencia de nuestras empresas y/o la inversión española no se corresponde con dicho potencial.

Ese liderazgo sectorial estratégico debe estar bien diseñado y coordinado para garantizar que se generen efectos arrastre positivos sobre el mayor número de empresas.

*África es para España una región de especial interés, entre otros, por motivos comerciales y económicos. Lograr un mejor posicionamiento de las empresas españolas y una sólida presencia española de cara a participar en el futuro crecimiento del continente es, por tanto, un objetivo a perseguir en nuestra política comercial exterior. Con este fin, se han incorporado al programa del Gobierno Foco África 2023 los principios, prioridades y acciones identificados en el documento de política comercial y financiera para África, “**Horizonte África**”, elaborado por la **Secretaría de Estado de Comercio**.*

La estrategia está basada en un ejercicio de identificación de países y sectores objetivo. Se han identificado los siguientes países repartidos en dos regiones:

- **Norte de África: Argelia, Egipto y Marruecos.**
- **África Subsahariana: Costa de Marfil, Senegal, Kenia, Ruanda, Tanzania y Uganda.**

Los sectores identificados son: **ingeniería y consultoría, ciclo integral del agua, sector energético, energías renovables, transporte ferroviario, gestión de residuos y agroindustria**. Estos sectores, en los que las empresas españolas cuentan con amplia experiencia internacional, contribuirán al crecimiento económico y sostenible de los países, bajo un marco de adaptación al cambio climático. España, por su desarrollo en algunos de estos sectores clave, tiene en su comercio exterior una potente herramienta para acompañar a los países africanos en su transición industrial y energética hacia la neutralidad climática y en la promoción de su resiliencia.

La estrategia propone la adopción de medidas concretas de apoyo público que se articulan en torno a dos ejes: el financiero y el institucional. Las medidas del eje financiero se centran en reforzar la utilización de los instrumentos financieros de apoyo a la internacionalización de la Secretaría de Estado de Comercio. Las medidas del eje institucional se centran en reforzar la red de las Oficinas Económicas y Comerciales en el exterior de la Secretaría de Estado de Comercio e incrementar la presencia de altos cargos de la administración económica y comercial española y reforzar el marco jurídico bilateral.

España continuará su compromiso con la región latinoamericana en el ámbito económico, comercial y de inversiones. La profundización de la relación bilateral ha contribuido al crecimiento económico y desarrollo latinoamericano y ha resultado esencial para la internacionalización de la economía española. El comercio entre España y Latinoamérica ha seguido una tendencia de crecimiento sostenido que se refleja en el hecho de que estos intercambios se hayan duplicado en valor desde el año 2009. En concreto, en 2019, el último ejercicio cerrado completo anterior al surgimiento de la pandemia, las **exportaciones** españolas sumaron **15.332 millones**, mientras que en 2009 sólo llegaban a 7.400 millones de euros. Las **importaciones** han tenido igualmente una evolución positiva, situándose en 2019 en los **16.690 millones** de euros, lo que arrojó un déficit de más de 1.300 millones de euros.

Desde el punto de vista de las inversiones, España es actualmente **segundo país inversor en Latinoamérica** tras los Estados Unidos. En cifras correspondientes a 2018, esta realidad se traduce en el hecho de que el stock de inversión directa extranjera española dirigida a la región fuera de cerca de 146.000 millones de euros, es decir, alrededor de la tercera parte de los 458.000 millones de euros que supone el stock total de inversión directa extranjera española en el mundo. **Se estima que las empresas españolas han creado unos 800.000 empleos directos en la región.**

España mantiene una sólida red de acuerdos con los países de la región: ha firmado 18 APPRI y 13 CDI³³ y apoya la firma de acuerdos de libre comercio de la región con la UE. España lidera en el seno de la UE el avance en la modernización del Acuerdo Global con México y del Acuerdo de Asociación con Chile, así como la firma del Acuerdo de Asociación UE-Mercosur.

En el plano más bilateral, España cuenta con una amplia red de **Oficinas Económicas y Comerciales** en prácticamente todos los países de la región.

El programa **ICEX Next**, de consultoría estratégica para pymes, busca la consolidación de la presencia internacional de las empresas participantes, y en ese objetivo, los mercados de América Latina tienen una especial importancia, dada la proximidad cultural y la elevada presencia y experiencia de otras empresas españolas. Con esa intención, el programa cuenta, en varios países de la región ³⁴ con la figura de los consultores en destino, seleccionados con la participación de las Oficinas Comerciales en cada país, que prestan un apoyo complementario a los que ofrecen las propias oficinas.

Por su parte, el programa **ICEX IMPACT+** apoya a las empresas españolas en la diversificación de su actividad comercial y de inversión, abordando nuevos mercados que atienden las necesidades de segmentos de población de ingresos relativamente bajos en países emergentes con alto potencial de crecimiento, para que se puedan implementar soluciones innovadoras, rentables que permitan dar respuesta a los retos de desarrollo sostenible e inclusión social. **IMPACT+** ofrece a la empresa española formación en internacionalización sostenible, talleres, identificación de oportunidades de negocio, difusión de casos de éxito y acompañamiento durante el proceso de prospección. Desde

³³ Datos a junio de 2019.

³⁴ Colombia, México, Chile, Perú y Ecuador.

su puesta en marcha en 2017, el programa se ha implantado en cuatro países de Latinoamérica: Colombia, Ecuador, Perú y Bolivia³⁵.

España seguirá apoyando los esfuerzos de **las instituciones financieras multilaterales en la región**, tanto desde su representación en los órganos de decisión de dichas instituciones - en particular, del **Banco Interamericano de Desarrollo (BID)**, **Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE)** y **Banco Mundial (BM)**, y mediante la participación en las reuniones del Directorio de **CAF** - como a través de los fondos disponibles para estudios de viabilidad para proyectos en la región, tanto en el BID como en el BM. En el ámbito de la cofinanciación con las IFIs, cabe destacar el MoU firmado en julio de 2020 por la Secretaria de Estado de Comercio de España y el Vicepresidente de finanzas y CFO de la CAF en el marco del FIEM. El objetivo del MoU es fomentar el desarrollo empresarial entre España y América Latina y favorecer la internacionalización de las empresas españolas en mediante la cofinanciación en proyectos con “interés español” en los sectores de infraestructura, desarrollo social, educación, salud, desarrollo sostenible, energía, agricultura, transporte, riego, comunicaciones, suministro de aguas, tratamiento de aguas residuales, entre otros, que sean de interés para ambas instituciones.

Dentro de la estrategia de **ICEX** de aprovechamiento de las oportunidades derivadas de proyectos con financiación de la banca multilateral, son especialmente estrechas las relaciones con las IFIs que operan en América Latina y, en estrecha colaboración con las mismas se organiza, al menos, un **Partenariado al año en la región**, además de jornadas y reuniones con empresas cuando sus delegaciones se desplazan a España.

Por último, en cuanto a **atracción de inversiones desde la región**, cabe destacar la ejecución del programa **RISING UP**, que es un programa de atracción de talento que permite a startups de todo el mundo desarrollar su negocio en España. Las empresas seleccionadas conforme a criterios como la innovación que ofrecen, la viabilidad y escalabilidad del proyecto, se desplazan a España donde reciben un programa de aceleración y un espacio de coworking en una aceleradora, que actúa como asistencia técnica de **ICEX Invest in Spain**, durante el cual las startups entran en contacto con numerosos interlocutores de su interés. Los emprendedores reciben asimismo orientación sobre trámites legales y de visados. El programa culmina con la presentación del proyecto a diversos fondos e inversores. A las startups que hayan superado los criterios de evaluación pero no resulten seleccionadas, se les ofrece igualmente los servicios de **ICEX Invest in Spain**, con el objeto de atraer a los emprendedores hacia diversos interlocutores en España con los que trabajar.

Hasta el momento, medio centenar de empresas se han constituido en España bajo el programa. Desde que comenzó el programa, unas 500 startup de Latinoamérica han manifestado su intención de participar en el programa al presentar su candidatura. En términos generales, casi la mitad de las solicitudes y alrededor de un tercio de los beneficiarios proceden de Latinoamérica.

³⁵ El primer Bootcamp se desarrolló en Colombia con la participación de 13 empresas españolas que se vincularon a oportunidades de negocios inclusivos del sector agro, agua, energías renovables y turismo.

V PLAN DE ACCIÓN 2021-2022: ACTUACIONES PREVISTAS

A continuación, se describen las actuaciones que se realizarán en el bienio 2021-22 identificando a su vez los instrumentos³⁶ más adecuados para su ejecución.

Además de contar con los instrumentos comerciales y financieros de apoyo a la internacionalización, con un protagonismo creciente de la **Red Exterior de Oficinas Económicas y Comerciales y de la Red de las Direcciones Territoriales y Provinciales de Comercio, ambas adscritas a la Secretaría de Estado de Comercio, y con los organismos tutelados, como la Cámara de Comercio de España³⁷ y las Cámaras de Comercio Españolas Oficiales en el exterior**, la ejecución del plan se apoyará, entre otros, en el **Grupo de Trabajo Interministerial sobre Apoyo a la Internacionalización de la Empresa Española** y en el **Consejo Interterritorial de Internacionalización**, cuyos servicios en apoyo a la internacionalización vienen recogidos en el Anexo V, así como en el sector privado, representado principalmente a través de las **Asociaciones de Exportadores y Organizaciones Empresariales**, entre las que destaca la **CEOE y Cámaras de Comercio**.

³⁶ Los anexos II a IV de la Estrategia de Internacionalización de la Economía Española (“Descripción de los instrumentos existentes de apoyo a la internacionalización de la economía española en el ámbito del Ministerio de Economía y Competitividad (actualmente, la gran mayoría en el ámbito del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo)”; “Participación española en la política comercial común de la Unión Europea y en la OMC” y “Participación española en las instituciones multilaterales”) incorporan una descripción detallada de los instrumentos comerciales especializados y financieros de apoyo oficial a la internacionalización: http://www.mineco.gob.es/stfls/mineco/comercio/pdf/170913_Estrategia_Internacionalizacion_2017.pdf

³⁷ La Cámara de Comercio de España, como corporación de derecho público, a la que la ley encomienda el diseño y la ejecución de programas de internacionalización (anual) y de competitividad (bienal) de ámbito nacional, cofinanciados con fondos estructurales europeos, para los que la CCE es organismo intermedio en la Administración, es un actor clave en la estrategia que lidera la Secretaría de Estado de Comercio, órgano que tutela la Cámara y cuyos programas y proyectos supervisa.



EJE 1

OFRECER UN APOYO A LA
INTERNACIONALIZACIÓN CADA VEZ
MÁS ADAPTADO A LAS NECESIDADES
Y AL PERFIL DE NUESTRAS EMPRESAS,
PARTICULARMENTE CON EL FOCO EN
MEJORAR EL ACCESO A LAS PYMES A LOS
MERCADOS EXTERIORES

EJE 1: OFRECER UN APOYO A LA INTERNACIONALIZACIÓN CADA VEZ MÁS ADAPTADO A LAS NECESIDADES Y AL PERFIL DE NUESTRAS EMPRESAS, PARTICULARMENTE CON EL FOCO EN MEJORAR EL ACCESO DE LAS PYMES A LOS MERCADOS EXTERIORES

1.1 CONOCER MEJOR A LAS EMPRESAS

Tal como se recogía en el anterior plan de acción para el bienio 2019-20, **un mayor conocimiento de las empresas pasa por la consolidación del uso del CRM (Customer Relationship Management)** como herramienta de gestión de clientes, tanto en **ICEX como en la red de Oficinas Económicas y Comerciales en el Exterior y en las Direcciones Territoriales y Provinciales de Comercio**.

Potenciar las herramientas de analítica web disponibles debe permitir realizar un seguimiento y un análisis detallado de los flujos de visitas a la web de ICEX, de los productos y servicios más demandados y de los mercados y sectores con mayor interés. Esta información, combinada con el perfil de los clientes y analizada según sus distintas tipologías y características, debe permitir identificar segmentos y contribuir a mejorar la experiencia del usuario en nuestros sistemas digitales, así como definir estrategias diferenciadas por colectivos de clientes.

ICEX trabajará en un nuevo servicio web gratuito, el servicio ADA³⁸, que proporcionará a las empresas un análisis y diagnóstico de sus capacidades básicas y de su posición con respecto a variables clave de competitividad, para mejorar e impulsar su proceso de internacionalización, que se completará con la identificación de los servicios ICEX que mejor puedan cubrir las áreas que se detecte que es necesario fortalecer para impulsar su presencia exterior, en términos de eficacia del instrumento y de eficiencia de la acción pública. **Las Direcciones Territoriales y Provinciales de Comercio difundirán el servicio y ayudarán a las empresas a utilizar la herramienta.** Una vez que una empresa ha realizado su autodiagnóstico, con su autorización previa, se le contactará desde Ventana Global y desde la Dirección Territorial para dar seguimiento y presentarle los servicios ICEX más adecuados.

Por su parte, **los instrumentos de apoyo financiero oficial a la internacionalización** también reforzarán sus **herramientas de conocimiento y gestión de clientes**.

Con la puesta en marcha de un nuevo sistema **CRM**, implantado en 2020, **COFIDES** reforzará la identificación de clientes potenciales, así como su segmentación comercial, **aumentando el alcance de los instrumentos de financiación (FIEX, FONPYME)** disponibles, en especial hacia la pyme. **CESCE** seguirá apostando por una **estrategia de optimización de la experiencia cliente**, tratando de ajustar su oferta a las necesidades de las empresas, valiéndose para ello de su **CRM**, así como de otras importantes herramientas, entre las que destacan: las encuestas periódicas de la calidad de su servicio, **la plataforma CESNET**, que permite a las empresas hacer la gestión y seguimiento

³⁸ Servicio ADA: Ada Lovelace — Wikipedia, la enciclopedia libre

online de sus coberturas, y **la nueva web de CESCE**, en funcionamiento desde enero de 2021, cuyas herramientas analíticas permitirán a la compañía conocer mejor a las empresas.

1.2 IMPLANTAR PROGRAMAS ADAPTADOS A LAS NECESIDADES DE LAS EMPRESAS

Para lograr que el reto de la internacionalización se aborde con las máximas probabilidades de éxito, **ICEX** pondrá en marcha **Programas de Ampliación de la Base Exportadora (PABE)**.

Los servicios de **Apoyo Personalizado para la Internacionalización Empresarial (APIEm)**, tanto para empresas que están empezando su andadura internacional como para aquellas con más experiencia en el exterior, tendrán como misión la identificación, asesoramiento y guía personalizada a pequeñas empresas sin o con muy poca experiencia en la exportación, con el fin de ayudarles en su diagnóstico y guiarles y apoyarles en el uso de los instrumentos de apoyo públicos (con especial atención a los de formación, capacitación y asesoramiento estratégico), incluidos aquellos de naturaleza público-privada, que mejor se adapten a su situación. Igualmente, **APIEm** se integrará y aprovechará, reforzándolos, los canales de que dispone **ICEX** para favorecer la digitalización y la internacionalización sostenible de la base exportadora española. Por su cercanía y capacidad de llegada, **la red territorial de la Secretaría de Estado de Comercio** tendrá un papel esencial en la búsqueda, identificación y apoyo a los nuevos exportadores y nuevos clientes **ICEX** en este ejercicio.

Por otro lado, se incidirá en el apoyo a aquellas empresas que están en fase de **consolidación** en su proceso de internacionalización, a través del relanzamiento, del **programa ICEX NEXT**, el programa de **consultoría estratégica para pymes** de alto potencial de internacionalización. Este programa ya fue distinguido en 2017 como *National Winner* de los *European Enterprise Promotion Awards*, en la categoría de programas de apoyo a la internacionalización de las pymes.

Para la convocatoria de 2021 ya se han incluido algunos cambios, a fin de adaptarlo a las necesidades de las empresas en circunstancias de progresiva salida de la situación ocasionada por la pandemia (mayor tope de gastos elegibles, mayor porcentaje de ayuda, mayor plazo para ejecutar los gastos, etc.). También se incrementará el objetivo de número de empresas a incorporar cada año al programa y el presupuesto asignado al mismo, y se permitirá el acceso al programa a empresas que hayan pasado por él, o por su predecesor el PIPE, hace al menos 20 años. Se potenciará su expansión internacional, dentro del programa **Club NEXT**, a través del servicio de asesores en destino.

Para el perfil de empresas medianas, **ICEX**, en colaboración con otros socios estratégicos, reforzará su participación en el **programa Cre100do**, colectivo de las medianas empresas españolas con mayor potencial y voluntad de crecimiento. Se llevarán a cabo diversas actuaciones, como el **mentoring en inteligencia artificial** o jornadas para difundir las **buenas prácticas de gestión empresarial para el crecimiento** y la internacionalización entre todo el colectivo de empresas españolas de tamaño mediano.

El programa de **ICEX emarket services de asesoramiento estratégico en mercados electrónicos**, mediante el servicio de consultoría estratégica y operativa en venta online internacional, dará

soporte a las empresas en la definición e implementación de planes específicos de internacionalización en marketplaces y otros canales digitales.

Su objetivo es que las empresas aprovechen las oportunidades que ofrecen, ayudándolas a analizar su situación y capacidades para abordar los mercados internacionales online, definir acciones que les permitan superar las barreras de estos nuevos canales y a adaptar sus procesos de negocio a las nuevas tendencias tecnológicas, contribuyendo así a incrementar el número de empresas españolas que operan en ellos.

Se dará desde **ICEX** y a través de la red de Oficinas Económicas y Comerciales, un nuevo impulso al **amplio catálogo de servicios personalizados de inteligencia de mercados e inteligencia empresarial**, apostando por la flexibilidad y capacidad de adaptación a las necesidades específicas de cada empresa, incluidas las filiales de las empresas españolas en el exterior. **En el entorno internacional, en principio más ajeno, la necesidad de recopilar, analizar y distribuir inteligencia sobre productos, mercados y competidores se vuelve aún más crítica.** Por diversas razones, ese proceso de recogida y análisis de inteligencia resulta más difícil en el contexto internacional. En efecto, aspectos como las diferencias culturales e idiomáticas, ausencia de referencias previas, menor transparencia y problemas para identificar de forma completa los distintos retos asociados a las distintas fases de comercialización del producto, desde la importación hasta las garantías post venta, implican retrasos, costes elevados y pueden incluso hacer fracasar la estrategia de entrada. **Es aquí donde un apoyo centrado, a medio plazo, focalizado y totalmente alineado de forma exclusiva con el interés de la empresa española resulta crítico. Este papel lo están realizando ya las Oficinas Económicas y Comerciales** y debe jugar un papel más destacado en un nuevo contexto internacional en el que nuevas regulaciones y un cierto localismo, ahora ya mucho más explícito, van a exigir estrategias de entrada y permanencia más complejas.

Se reforzará el apoyo a los **nuevos perfiles empresariales, start-up y empresas “born global” y de alto potencial**, para que puedan conocer a los principales agentes del entorno en el que se mueven y promocionarse y posicionarse fuera de nuestras fronteras.

En concreto, se aprovechará la positiva experiencia con el programa **Desafía** (en colaboración con Red.es) para ampliar el alcance a nuevos ecosistemas en Asia, Europa y América, y a nuevos verticales (aeroespacial, biotecnología). También cabe destacar que algunos instrumentos de **COFIDES van orientados a este tipo de empresas, principalmente, mediante la inversión en empresas tecnológicas de nueva creación a través de fondos de capital riesgo.**

Localiza se configura como un nuevo programa estratégico de ICEX dirigido a reforzar la resiliencia de nuestro ecosistema empresarial.

Cabe destacar el nuevo programa **ICEX Localiza**, destinado a apoyar la implantación en destino de empresas españolas, en un contexto en el que la regionalización de las cadenas de valor, las tendencias proteccionistas y los avances tecnológicos hacen más importante que nunca la presencia sobre el terreno como mecanismo de resiliencia. En cada convocatoria anual se fijarán, en su caso, prioridades geográficas y/o sectoriales específicas.

El crecimiento exponencial de webinarios desde el inicio de la pandemia genera una presión competitiva para una diferenciación y especialización continua de la oferta de capacitación de ICEX.

ICEX reforzará el carácter estratégico de sus **servicios de capacitación**, con una especialización, focalización y componente práctico cada vez mayores en sus contenidos.

Adicionalmente y cuando la situación sanitaria lo permita, las acciones de capacitación incluirán un componente de networking y de intercambio de experiencias, una de las demandas que más frecuentemente trasladan las empresas participantes en estos servicios, permitiendo además recuperar a la red territorial el importante rol estratégico que siempre han jugado en este sentido.

La Cámara de Comercio de España, como Organismo Intermedio de la Administración para la gestión de los Fondos Europeos FEDER, articulará instrumentos de carácter nacional y homogéneos para todo el territorio, adaptados a las necesidades y perfil de las empresas, que se impulsarán a través de la Red de Cámaras territoriales, siguiendo los objetivos establecidos por la Secretaría de Estado de Comercio.

Cabe destacar varias actuaciones de la **Cámara de Comercio de España** como el **Plan de Promoción Internacional**, que busca contribuir a la diversificación de mercados, la mejora de la cuota de España en el comercio internacional global y la mejora tecnológica de las exportaciones españolas **y programas de asesoramiento individualizados y de ayudas en internacionalización para la iniciación a la exportación y en nuevos mercados.**

La **Cámara de Comercio de España** también busca tener un mayor conocimiento de las empresas y de sus necesidades (de las empresas que no exportan o no lo hacen de manera constante), a través de diagnósticos de potencial internacional, de innovación, de marca, de digitalización, tecnológicos, entre otros, y encuestas.

1.3 PROMOCIONAR NUEVOS ESPACIOS DE ENCUENTRO EN UNA PANDEMIA GLOBAL

El refuerzo de la capacidad de las empresas españolas para optimizar el uso de nuevos formatos y canales digitales para la internacionalización se abordará de forma amplia en el eje 2. En todo caso, por lo que respecta a la adaptación de los instrumentos de ICEX, cabe destacar:

ICEX explorará la **capacidad de los nuevos formatos digitales** surgidos durante las restricciones a la movilidad como sustitutos de los eventos presenciales.

En algunos casos serán más adecuados (servicios online, contenidos digitales...), y en otros, menos (alimentación, maquinaria...), pero buena parte de estos desarrollos transformarán la industria de la promoción comercial internacional, y en el futuro se combinarán con los formatos presenciales para generar eventos híbridos más eficientes.

Desde **ICEX** se buscará también mantener la presencia de empresas españolas mediante Pabellones Oficiales o Espacios España en los **grandes certámenes internacionales** representativos, que son no solo una referencia regional, sino global de cada sector.

Mientras la movilidad internacional permanezca limitada, se intentará utilizar herramientas tecnológicas para mantener la presencia de nuestras empresas, así como, en su caso, la participación de las mismas a través de sus filiales, importadores o representantes en los países de destino.

En paralelo y con el fin de crear oportunidades de negocio y colaboración entre empresas españolas y extranjeras, conforme se recupere la movilidad, continuará la **organización de encuentros empresariales con ocasión de los viajes y visitas de Estado o de Gobierno de España al exterior, o de mandatarios de países extranjeros a España, siempre en el marco del Acuerdo de colaboración existente entre la Secretaría de Estado de Comercio, CEOE y la Cámara de Comercio de España.**

En todo caso, y mientras esa situación se normaliza, no se renunciará a este instrumento, sino que se le dará continuidad mediante formatos virtuales o híbridos.

Siendo importante asegurar una adecuada coordinación en lo que respecta al acompañamiento institucional de las empresas españolas en el exterior, como queda reflejado en la Estrategia de Acción Exterior y en otras iniciativas, por su parte, el Gobierno ha lanzado el programa **Foco África 2023**, que tiene por objetivo convertir a España en un socio e interlocutor relevante para el continente africano en los distintos ámbitos de las relaciones internacionales, incluyendo el fomentar la presencia de las empresas españolas en las economías africanas, optimizando el aprovechamiento de los recursos presupuestarios españoles dirigidos a África, así como combinarlos con recursos procedentes de otras fuentes de financiación.

Asimismo, **el Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana** destaca el **apoyo institucional** a posibles oportunidades de negocio de empresas españolas en el extranjero que se puede llevar a cabo, entre otros, con firmas de **Memorandos de Entendimiento y acuerdos de colaboración** con países de interés.

Por su parte, **el Ministerio de Defensa** está organizando la segunda edición de **FEINDEF 2021**, que busca conseguir una gran difusión de las capacidades de nuestra base industrial y tecnológica de defensa y de doble uso, dando visibilidad a la I+D empleada por la industria auxiliar, fundamentalmente compuesta por Pymes. En esta edición se tratarán temas como la ciberseguridad, la inteligencia artificial y el *big data*. Asimismo, se continuará prestando apoyo institucional a la industria española de defensa, con la presencia de delegaciones de alto nivel en aquellas ferias internacionales de defensa en las que participen empresas españolas, constituyendo pabellón nacional organizado por las asociaciones del sector.

Asimismo, **ICEX** diversificará los instrumentos que pone a disposición de las empresas españolas de los diferentes sectores, de manera que se ajusten a las especificidades no sólo de la oferta española, sino también de la demanda internacional, desarrollando, por ejemplo, **iniciativas de innovación abierta para grandes corporaciones multinacionales**, las cuales plantean a ICEX los retos a que

se enfrentan, y éste les busca empresas españolas que puedan aportarles soluciones (preferentemente tecnológicas).

1.4 REFORZAR LA RED EXTERIOR DE OFICINAS ECONÓMICAS Y COMERCIALES

La Red Exterior de Oficinas Económicas y Comerciales de la Secretaría de Estado de Comercio constituye un modelo de eficiencia de la gestión de los recursos del Estado en el exterior, que ya en sus orígenes constituyó una visión adelantada a su tiempo, asentándose sobre la base de principios que más tarde serían enfatizados por la Ley 40/2015, cuando aboga por la necesidad de adoptar las medidas precisas para evitar la duplicidad de estructuras administrativas, tanto en la propia Administración General del Estado como con otras Administraciones Públicas, conforme a los principios de eficacia y eficiencia, o cuando establece la eficiencia en la gestión de los recursos públicos, compartiendo el uso de recursos comunes, salvo que no resulte posible o se justifique en términos de su mejor aprovechamiento.

El informe de la Inspección de Servicios del Ministerio de Hacienda sobre la Normativa, Procedimientos y Problemática del Personal Laboral de la Red de Oficinas Económicas y Comerciales de España en el Exterior, de 3 de diciembre de 2019, ha puesto el foco en las debilidades de la Red Exterior tras años de restricciones presupuestarias, debilidades que se exacerban en el contexto actual de crisis sanitaria. Dicho informe destaca que en 2019 la Red Exterior contaba con 55 efectivos menos que en 2014, que la distribución geográfica no responde en todos los casos a las necesidades actuales y que las categorías profesionales en muchos casos no son las adecuadas, todo ello unido a importantes carencias salariales (informe 20/19 (C-19.1.10)).

El refuerzo de la Red Exterior en su conjunto es una condición necesaria para la ejecución del Plan de Acción para la Internacionalización 2021-22. La Secretaría de Estado de Comercio ha realizado una propuesta común, que optimiza la aportación de ICEX y de la Dirección General de Comercio e Inversiones en materia de gestión y amortización de recursos y, por tanto, la capacidad de crear nuevas plazas en el exterior. En este contexto, cabe destacar que la plantilla estructural cubierta por ICEX en los últimos años ha sufrido una reducción del 14% global, si bien dicha media esconde cifras aún más alarmantes: entre el 11% y el 47% en las oficinas de Europa y entre el 16% y el 42% en América del Norte.

Para desarrollar adecuadamente este plan de acción es imprescindible realizar un cambio en la estructura actual de personal de la **Red Exterior de Oficinas Económicas y Comerciales de la Secretaría de Estado de Comercio**, dotándola de perfiles más técnicos y especializados en sectores novedosos, como las energías renovables, digitalización, electromovilidad, ciberseguridad, *fintech*, etc., que son claves para las empresas españolas por existir grandes oportunidades de negocio y en los que las empresas españolas son altamente competitivas. La reestructuración que se propone resulta imprescindible para que la Red Exterior tenga un papel cada vez más relevante en el impulso y ejecución de actuaciones que posibiliten el incremento del volumen de exportación de nuestras empresas, fomentar su establecimiento o mejorar su situación competitiva, potenciar la actividad inversora, e identificar y hacer seguimiento de proyectos y licitaciones, así como fomentar la atracción de inversiones de estos países hacia España.

Con la finalidad de adaptar la **Red Exterior de Oficinas Económicas y Comerciales de la Secretaría de Estado de Comercio** a las condiciones cambiantes del entorno macroeconómico y de negocios en la región de África Subsahariana y, en particular, responder al ascenso de Etiopía como mercado emergente de especial relevancia dentro de esta región, se ha creado mediante **el Real Decreto 733/2020, de 4 de agosto, la Consejería de Economía y Comercio en la Misión Diplomática permanente de España en la República Democrática Federal de Etiopía, con sede en Adís Abeba.**

El interés creciente de Etiopía para las empresas españolas por la importancia objetiva del mercado y las buenas perspectivas de negocio en dicho país han justificado acometer la apertura de una nueva Oficina Económica y Comercial en Adís Abeba al tiempo que la Oficina Económica y Comercial en Malabo, pasa a ser una antena, manteniéndose, sin incremento de dotación presupuestaria, una unidad administrativa dentro de la Embajada de España en Malabo para responder a las relaciones económicas y comerciales y a las necesidades de las empresas españolas en Guinea Ecuatorial.. Este ajuste responde mejor al interés estratégico de nuestras empresas, y se realiza sin incremento adicional del gasto público.

La creación de una Consejería de Economía y Comercio en Adís Abeba obliga a reasignar la plaza de Agregado Comercial de la Oficina Económica y Comercial de España en El Cairo con residencia en Adís Abeba. Por otra parte, se hace necesario reasignar la plaza de Consejero Económico y Comercial de la Oficina Económica y Comercial de España en Trípoli, cerrada desde el agravamiento del conflicto interno en Libia, de forma que se pueda contar con este recurso en un país donde sea posible desarrollar actividad provechosa.

De acuerdo con los objetivos señalados en la **Estrategia Horizonte África de la Secretaría de Estado de Comercio**, se abrirá en Uganda una Antena Diplomática dependiente de la Embajada de España en Nairobi, en la que se creará **una plaza de Consejero Económico y Comercial con residencia en Kampala**, suprimiéndose la plaza existente en Trípoli. La plaza de Agregado Comercial en Adís Abeba será trasladada a Camerún.

Asimismo, de forma inmediata, se crearán las siguientes **plazas de personal laboral de la Dirección General de Comercio Internacional e Inversiones en la Red Exterior de Oficinas Económicas y Comerciales, con nivel de Analista de Mercado Adjunto**: Nueva Delhi, Abijan, Yakarta, Nairobi, Argel, Sídney, Accra y Panamá, con residencia en San José de Costa Rica. También se aumentará la retribución de la plaza existente de Analista de Mercado en Oslo en 22.000 €, para adecuarla a la retribución normal correspondiente a profesionales de cualificación equivalente en dicha ciudad. El coste total asciende a 357.000 € anuales, se financiará por completo mediante la amortización de vacantes existentes y por tanto no supone incremento presupuestario.

Focalizándonos en **la revisión del catálogo propuesta por ICEX**, se busca reforzar aquellos mercados que, por su especial dinamismo, combinado con la insuficiencia de recursos de la Oficina Económica y Comercial, tanto en número como en cualificación, están impidiendo aprovechar óptimamente las oportunidades de negocio que puedan surgir para nuestras empresas. En concreto, se propone la **creación de nuevas plazas de personal especializado** en Los Ángeles, Chicago, Estocolmo, La Haya, Cantón, Mumbai, Ho-Chi-Min, Berlín, Seúl, Doha, Bogotá y Casablanca. El coste total

de la creación de dichas plazas es de 559.119,78€, compensado parcialmente con la amortización de otras plazas con un coste de 312.565,39€.

A continuación, se incluye una breve explicación relativa a cada una de las oficinas seleccionadas:

- **Berlín:** Alemania es uno de los principales mercados para España. La oficina de Berlín, además de tareas de apoyo a la internacionalización de empresas españolas, debe realizar una labor cada vez más importante en la estrategia de captación de inversiones desde Alemania hacia España. Para ello, debe preparar acciones sectorizadas de promoción de oportunidades de negocio en España, identificando a los principales agentes del país. Al combinar la creación de Berlín y la amortización de la plaza de Dusseldorf, cambiamos el foco sin por ello desatender las necesidades del mercado alemán en su conjunto.
- **Bogotá:** Dado el creciente peso de la economía colombiana en la región Latinoamericana a lo largo de los últimos años, la oficina ha ido asumiendo nuevas tareas sin que se haya incrementado su personal. Junto con la creciente inversión de empresas españolas en el país, hay que considerar asimismo la participación cada vez más activa de compañías españolas en las licitaciones de organismos internacionales como el BID o el Banco Mundial, que requieren que la oficina mantenga una interlocución fluida, tanto con las oficinas de esas instituciones en el país como con sus oficinas centrales en Washington. La transformación económica que está viviendo Colombia hace que también sea cada vez más frecuente el interés de sus compañías y start ups por implantarse en Europa. Además, en Colombia se están poniendo en marcha programas innovadores de ICEX en materia de internacionalización sostenible que, desde dicho mercado, se extienden al resto de América Latina.
- **Seúl:** Corea es país PASE (País con Actuación Sectorial Estratégica), en los últimos diez años se ha convertido en nuestro tercer mayor mercado en Asia, después de Japón y China y muy por delante de países de mucho mayor tamaño como Indonesia. El Acuerdo de Libre Comercio con la UE de 2011 ha generado que las exportaciones españolas se hayan triplicado desde entonces. La oficina ha mantenido una estructura estable desde entonces y requiere un aumento de personal para atender, principalmente, a los sectores tecnológicos, el emprendimiento y la atracción de inversiones coreanas hacia España.
- **Cantón.** China es un país PASE. Ganar presencia en China, que ha protagonizado el crecimiento mundial en los últimos años y se ha recuperado con fuerza de la crisis COVID, resulta fundamental para acelerar la diversificación de nuestras exportaciones y mantener nuestra cuota de mercado en los mercados internacionales. La oficina de Cantón cubre buena parte del sur del país y no dispone de una estructura suficiente para aprovechar las numerosas oportunidades de la región (tan sólo la provincia de Guangdong cuenta con una población de más de 100 millones de habitantes).
- **Mumbai:** India es también un país PASE, y uno de los mercados más importantes a escala global. La oficina de Mumbai es responsable de las actividades de promoción de los sectores de mayor contenido tecnológico, siendo Mumbai uno de los principales hub de la India. Mumbai también juega un papel destacado como centro emisor de inversiones directas.

Además, los estados que están bajo la responsabilidad de la oficina concentran la sede de numerosas multinacionales indias. El hecho de que India es uno de los países con mayor capacidad de crecimiento del mundo, requiere el refuerzo de la presencia local para poder prestar servicios de inteligencia de mercados, claves para entrar en uno de los mercados más complejos del mundo.

- **Doha (Qatar):** Oriente Medio es una zona prioritaria desde el punto de vista de atracción de inversiones, es también una zona de oportunidades para sectores como la ingeniería y construcción, o energía, entre otros. En estos momentos en Doha no se dispone de una estructura mínima necesaria para dar continuidad y profundizar en el conocimiento especializado de los distintos sectores de oportunidad para las empresas españolas.
- **Los Ángeles:** EEUU es mercado PASE. Es la única oficina de promoción comercial, no ya en el Estado de California (que por sí solo sería una de las mayores economías del mundo), sino en toda la costa oeste de los Estados Unidos, epicentro mundial de sectores tan relevantes como la economía digital, la aeronáutica, o el audiovisual, además de ser un mercado especialmente relevante para sectores relacionados con la sostenibilidad. La escasa dotación de recursos de la oficina hace imprescindible dotarla de una plaza adicional para hacer frente a los compromisos que este Plan incluye en áreas como el emprendimiento tecnológico, o el audiovisual con sus distintos subsectores.
- **Chicago:** EEUU es mercado PASE. La oficina de Chicago es responsable de sectores muy dinámicos que van a jugar un papel crucial en los planes anunciados por la nueva Administración de EEUU, donde las empresas españolas pueden tener oportunidades (agua, infraestructuras, energía, etc.). El tamaño, su dinamismo, y su extrema fragmentación y complejidad justifican el refuerzo en el mercado más tecnológico del mundo, siendo además Chicago uno de los principales centros de innovación y tecnológicos del país.
- **Estocolmo.** Suecia es un mercado de elevado poder adquisitivo, y con una gran sensibilidad hacia el desarrollo sostenible. La oficina se encuentra bajo mínimos en cuanto a recursos y, aun así, realiza una intensa actividad de promoción, aunque limitada por esas circunstancias, a sectores como la alimentación o las infraestructuras de transporte. Dotarla de una plaza adicional permitirá ampliar su actividad a otros sectores de relevancia para la proyección internacional de las empresas españolas, y priorizados en este Plan, como pueden ser las energías renovables o las ciudades inteligentes.
- **La Haya.** Países Bajos es un mercado de elevada renta y un gran hub tecnológico, comercial y financiero, que se está posicionando estratégicamente en Europa tras el Brexit. Adicionalmente, tiene un patrón de poblamiento altamente urbanizado, pero disperso, con diferentes núcleos de importancia. La oficina, con su dotación actual, viene desarrollando una eficaz tarea de promoción de los alimentos y vinos de España, pero, en el desarrollo de este plan, se prevé expandir su actividad en industrias de mayor contenido tecnológico, como food tech, Fintech, energías renovables, transporte y otras infraestructuras urbanas, lo cual no resultaría posible sin reforzarla con la plaza solicitada.

- **Casablanca.** País PASE. Marruecos es, por cercanía geográfica, un socio natural para España con fuertes vínculos comerciales y de inversión. Desde hace varios años España es el primer proveedor y el primer cliente de Marruecos. Es, además, nuestro primer socio comercial en África. En el año 2019, el 45,5% de las exportaciones españolas a África tuvieron como destino Marruecos. En 2020, la tasa aumentó hasta el 47,3% y en enero de 2021 creció hasta el 50,1%. Además, hay 781 empresas españolas con más de un 10% del capital de sociedades de derecho marroquí y 674 empresas de derecho marroquí que son
- filiales de empresas españolas (propietarias de más del 50% de su capital). Ambos países presentan economías fuertemente interrelacionadas en sectores claves como la energía, y las cadenas de valor en el sector automovilístico y textil entre otros. En un contexto de acortamiento y reposicionamiento de las cadenas de valor como el actual, el rol de Marruecos puede ser clave desde el punto de vista estratégico, a lo que se une su rol como puerta de entrada a África, uno de los principales focos de actuación del plan.
- **Ho-Chi-Minh (Vietnam).** Oficina Económica y Comercial de España en Ciudad Ho Chi Minh. Vietnam es uno de los mercados más dinámicos de ASEAN, convertido en un destino favorito para numerosas empresas que desean diversificar su producción en diferentes centros de la región. Además, la entrada en vigor del Acuerdo de Libre Comercio con la UE ha generado nuevas oportunidades para nuestras empresas. Tanto las oportunidades como las demandas de apoyo y de servicios crecen desde hace varios años por lo que reforzar la plantilla de la oficina nos permitirá mejorar nuestra presencia en este mercado, algo que ya están haciendo nuestros principales competidores.

La creación de dichas plazas tiene un coste total de 559.119,78 € en el que se incluye la redistribución de determinadas plazas que no se consideran prioritarias bien por ser de cualificación inferior a la requerida; o por tratarse de un mercado menos prioritario que los señalados anteriormente, o —como el caso de Dusseldorf, porque se considera que las necesidades del mercado pueden cubrirse mejor desde Berlín. Esta redistribución conlleva un coste 312.565,39€, de forma que el incremento neto del catálogo sería de 246.554,39 €. En el siguiente cuadro se desglosan los costes asociados a cada plaza propuesta, así como de la redistribución mencionada:

	OFICINA	PUESTO	SALARIO DIV	SALARIO €
BAJA	BUDAPEST	JDA	22.536,20 €	22.536,20 €
	DÜSSELDORF	JDA	47.558,76 €	47.558,76 €
	SAO PAULO	JDA	67.000,00 USD	54.489,26 €
	LOS ANGELES	ADMTVO.	50.798,15 USD	41.312,74 €
	CHICAGO	ADMTVO.	38.899,67 USD	31.636,04 €
	CHICAGO	ADMTVO.	37.801,82 USD	30.743,18 €
	ARGEL	AA	29.889,50 €	29.889,50 €
	PARÍS	AA	28.475,74 €	28.475,74 €
	PRAGA	AA	25.923,97 €	25.923,97 €
			COSTE TOTAL	312.565,39 €

	OFICINA	PUESTO	SALARIO DIV	SALARIO €
ALTA	LOS ANGELES	JD	66.499,13 USD	54.081,92 €
	ESTOCOLMO	JD	543.175,90 SEK	53.835,76 €
	LA HAYA	JD	49.868,90 €	49.868,90 €
	CANTÓN	JD	52.000,00 USD	42.290,18 €
	MUMBAI	JD	38.896,17 USD	31.633,19 €
	DOHA	JD	65.000,00 USD	52.862,72 €
	SEÚL	JD	70.352,40 USD	57.215,68 €
	CHICAGO	JDA	50.639,05 USD	41.183,35 €
	CASABLANCA	JDA	36.430,08 €	36.430,08 €
	BERLÍN	JDA	47.558,76 €	47.558,76 €
	HO-CHI-MINH	JDA	60.000,00 USD	48.796,36 €
	BOGOTÁ	JDA	53.319,00 USD	43.362,88 €
			COSTE TOTAL	559.119,78 €

1.5 POTENCIAR EL ALCANCE DE LOS INSTRUMENTOS DE APOYO FINANCIERO OFICIAL (FIEM, CESCE, COFIDES E ICO) PARA INCREMENTAR SU CAPACIDAD DE RESILIENCIA

La importancia de los instrumentos de apoyo financiero oficial a la internacionalización se destaca en el Plan de Choque frente a la Covid-19 de la Secretaría de Estado de Comercio. Además, se integran en este plan de acción como mecanismos que contribuirán a hacer del sector exterior, de nuevo, motor del crecimiento económico.

Será importante favorecer el alineamiento y adecuación de los distintos mecanismos con las políticas que se aprueben en el seno de la UE y de la OCDE en materia de lucha contra el cambio climático, así como con la nueva estrategia de crecimiento de la UE definida en el Plan de Recuperación para Europa, notablemente en relación con la transición ecológica y la digitalización. En este sentido se está abordando y se incidirá en el progresivo desarrollo de instrumentos financieros sostenibles que favorezcan la reorientación de la actividad económica hacia áreas de sectores que permitan una recuperación económica sostenible e inclusiva.

Por su parte, las Directrices Generales de la Nueva Política Industrial Española 2030 también destacan su importancia en sus ejes 6 “Financiación” y 10 “Internacionalización”.³⁹

El estallido de la crisis del COVID-19 condiciona actualmente la orientación estratégica del FIEM y obliga a reforzar su papel contra cíclico.

El Fondo para la Internacionalización de la Empresa (FIEM) tiene como objetivo promover la internacionalización de la economía española en general y de la empresa española en particular, mediante la financiación directa de operaciones de exportación y/o inversión en el exterior. La estrategia y actuaciones del FIEM se enmarcan en el cuadro institucional de apoyo a la internacionalización conformado por la Estrategia de Internacionalización 2017-27 y los planes de acción bienales y, por lo tanto, tienen carácter bienal, acompasándose así a los planes de internacionalización. En este sentido se desarrollan las Líneas Orientativas del instrumento. Éstas tienen como objetivo informar de la orientación estratégica del Fondo, así como de los países y sectores de especial interés para la internacionalización de la economía española. **Las Líneas Orientativas** se conciben como un mecanismo de señalización y comunicación con el ecosistema exportador e inversor. En ningún caso suponen la exclusión de ninguna operación cuya propia naturaleza la haga elegible para estudio por el **FIEM** de acuerdo con su normativa. Si bien estas líneas mantienen cierto continuismo con las de años pasados, en un contexto de mayor incertidumbre y mayor aversión al riesgo, los instrumentos de apoyo financiero a la internacionalización en general, y el **FIEM** en particular, se adaptan a la coyuntura y deben facilitar el acceso al crédito y la gestión del riesgo para apoyar las operaciones de exportación e inversión. Se desarrollan así las actuaciones estratégicas del FIEM para los próximos años. En concreto, se definen como ejes de trabajo:

³⁹ <https://www.mincotur.gob.es/es-es/gabineteprensa/notasprensa/2019/documents/docu%20directrices%20generales%20de%20la%20pol%C3%ADtica%20industrial%20espa%C3%B1ola.pdf>

- **Apoyar el aprovechamiento de las oportunidades de los mercados en igualdad de condiciones:** con el objetivo de contribuir a una competencia leal y justa, el sistema de apoyo financiero a la internacionalización debe dotarse de todos los instrumentos de apoyo posibles. Esto implica apoyar la modernización del Consenso de la OCDE y restaurar con cargo al FIEM la financiación no reembolsable de estudios de viabilidad, ingeniería y consultorías. Esta modalidad de financiación resulta de gran importancia para detectar proyectos.
- **Apoyo a la internacionalización de la pyme en el marco de la crisis:** la pyme ha sido tradicionalmente objeto de apoyo por el FIEM dada su natural dificultad de acceso a la financiación. El actual contexto de incertidumbre y necesidad de acceso a financiación adicional justifica la reducción de los costes asociados a la financiación, tanto financieros como administrativos.
- **La sostenibilidad como ventaja para la internacionalización:** la sostenibilidad y la lucha contra el cambio climático han sido tradicionalmente objeto de financiación preferente en el marco del FIEM. La experiencia de las empresas españolas en este ámbito permite asociar fácilmente la internacionalización española con la sostenibilidad. El FIEM renovará su compromiso con la sostenibilidad mediante la aprobación de un código de principios y prácticas de financiación responsable aplicables a las operaciones financiadas con cargo al instrumento.
- **Digitalización y mejora de procesos:** se pondrá en marcha la plataforma del FIEM que permite una tramitación y comunicación digital de las operaciones. Con esta herramienta se pretende ampliar el acceso al FIEM gracias a su digitalización, automatizar procedimientos y mejorar la información hacia los usuarios y beneficiarios del instrumento. La información y difusión del instrumento se seguirá reforzando mediante actividades genéricas, pero también focalizadas hacia las necesidades concretas de las empresas, también localmente, para asegurar un mejor acceso a la financiación.

En este plan de acción se apuesta por potenciar la resiliencia de nuestro sector exterior. En el caso de la pyme, esto pasa por seguir apoyando su internacionalización.

El Consejo de Ministros, en su reunión de 12 de abril de 2019, aprobó la **Línea de Financiación PYME para Proyectos de Exportación e Inversión**, de hasta 50 millones de euros. Como reacción a los efectos de la crisis, el 9 de junio de 2020, el Consejo de Ministros reforzó esta línea ampliando su saldo en 100 millones de euros y se flexibilizaron las condiciones financieras de la financiación. En concreto, se revisarán las comisiones aplicables a la **línea FIEM-PYME** con el objeto de abaratar al máximo la financiación ofrecida a las pymes, en el marco de las próximas orientaciones estratégicas del **FIEM**.

El apoyo a la pyme se instrumenta también mediante la eliminación de las barreras administrativas asociadas a la contratación de la financiación de los contratos de internacionalización. Por ello, en el marco del **FIEM**, se ofrecerá a las pymes exportadoras la posibilidad de utilizar un contrato estándar

de exportación. Esta medida reduce los costes administrativos asumidos por las pymes por no contar con contratos adecuados para la exportación y en línea con la financiación FIEM.

Con respecto a la **línea ECOFIEM**, se promoverá la flexibilización de las condiciones financieras aplicables a los proyectos sostenibles en el marco de la regulación internacional.

Se adoptará un código de financiación responsable aplicable al **FIEM** que permita definir los principios que el instrumento aplicará de cara a asegurar su compromiso con este tipo de proyectos. Finalmente, se estudiará la posibilidad de financiar con cargo al FIEM los costes de certificación de proyectos como sostenibles.

Se aprobarán unas **líneas anuales** en los próximos tres años por un importe total de 50 millones de euros con cargo al **FIEM para la financiación no reembolsable de estudios de viabilidad, asistencias técnicas y consultorías**. Con prioridades sectoriales y geográficas, el objetivo de estos estudios es la promoción de proyectos ejecutables por empresas españolas. Este instrumento es esencial para asegurar que nuestras empresas cuenten con todas las opciones disponibles también por nuestros competidores para poder competir en igualdad de condiciones.

Tras lanzar la mayor operación de sus cerca de cincuenta años de historia, las líneas CESCE COVID-2019, CESCE plantea la adaptación del seguro por cuenta del Estado para contribuir a incrementar la resiliencia del sector exterior, dando mayor apoyo a las pymes, impulsando la sostenibilidad y la digitalización.

CESCE adaptará las coberturas a las necesidades de las empresas medianas y pequeñas, a través de la revisión de sus productos, con objeto de mejorar la mitigación de riesgo y facilitar el acceso a la financiación de este colectivo de empresas.

Asimismo, CESCE se estandarizará productos y mecanizará en lo posible el proceso de toma de decisiones con un doble objetivo: seguir reduciendo los tiempos de respuesta a los clientes y poder absorber mayor demanda y, por tanto, llegar a un mayor número de empresas.

CESCE también ampliará y potenciará las **líneas de fianzas para pymes**, con objeto de asegurar el acceso de este colectivo de empresas a los avales y garantías necesarios para desarrollar su actividad en el exterior.

CESCE lanzará en este periodo su nueva política de cambio climático y sostenibilidad, con la que espera contribuir a la transición hacia una economía más sostenible. Esta política incluye, por un lado, **el lanzamiento de pólizas verdes** — tanto para operaciones de exportación como de inversión en el exterior —, a través de las cuales ofrecerá condiciones más ventajosas para proyectos verdes con las que espera ayudar a mejorar la posición de la industria española en el exterior en estos sectores. Por otro lado, la política de lucha contra el cambio climático incluirá medidas de restricción voluntaria en el apoyo de determinados proyectos dañinos para el medio ambiente.

CESCE va a continuar desarrollando su aplicación de gestión telemática, **CESNET**, plataforma tecnológica de contacto/gestión con los asegurados, con el objetivo de mejorar la experiencia cliente. El

objetivo es facilitar a los bancos y exportadores el acceso a la información de sus seguros en tiempo real y agilizar la tramitación de los seguros y la interacción con CESCE.

COFIDES mantendrá el mecanismo fast track, que permite aplazamientos de cuotas de deudas de empresas afectadas por la Covid-19 y potenciará sus instrumentos financieros de capital riesgo, operaciones de *equity* e instrumentos de garantías, así como sus relaciones con otras instituciones financieras, buscando asegurar el impacto de su actividad en los ODS.

COFIDES mantendrá en funcionamiento el **mecanismo fast track**, puesto en marcha en 2020 en el marco del *Plan de choque frente a la Covid-19 en apoyo a la internacionalización*. El mantenimiento de este instrumento se revisará en función de la evolución de la pandemia. Se trata de un instrumento dirigido a la aprobación de aplazamientos de cuotas de deudas de empresas afectadas por la crisis de la Covid-19.

COFIDES continuará desarrollando su oferta de **productos de capital**, e igualmente sus **instrumentos de garantías**. Asimismo, **COFIDES** impulsará el desarrollo de instrumentos financieros específicos dirigidos a la **internacionalización de empresas del sector de nuevas tecnologías y digitalización**. Tras haber invertido aproximadamente 20 M€ en el período 2019-20, aspira a continuar con cifras similares en 2021-22.

COFIDES pondrá en marcha su primer **Programa de Impulso de Proyectos de Inversión de Impacto** que combina, por un lado, una bonificación de los costes de financiación vinculado a determinados indicadores de sostenibilidad y, por otro, una asistencia técnica especializada dirigida a la empresa beneficiaria. El objetivo principal de esta medida es ampliar la base de negocio de COFIDES, asegurando el impacto de su actividad en los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Por parte del **Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación**, se destaca que, para el avance de la Agenda 2030 a escala global, las sinergias entre la cooperación al desarrollo y la internacionalización de la empresa española pueden ser múltiples. Muchas empresas españolas son ya referente mundial en sectores clave para la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, como las energías renovables, la digitalización, la agricultura ecológica o el agua. Tal como propuso el Presidente del Gobierno ante las Naciones Unidas en septiembre de 2020, el objetivo es que el 100% de las empresas integren en sus modelos de negocio y cadenas de valor los ODS, convirtiéndose de esta forma en **“vectores” de los valores europeos y de la Agenda 2030**. Parte de la misión de la cooperación para el desarrollo será acompañar a las empresas en este proceso de búsqueda del máximo impacto de sus inversiones y negocios en la Agenda 2030 sobre el terreno y a escala global, al tiempo que se promueven estándares internacionales comunes al respecto.

Como novedad adicional, y a efectos de multiplicar el impacto de los fondos públicos en la consecución de objetivos de desarrollo, una parte importante de dichos fondos se destinarán a la movilización de capital público y público-privado en forma de préstamos y garantías en países terceros y operaciones mixtas. La programación de la ayuda europea persigue asimismo mayor integración y sinergias con los fondos bilaterales de los países de la UE, incluida España y sus actores de cooperación descentralizada, en los países receptores de ayuda.

La ejecución de dichos fondos generará importantes oportunidades de internacionalización en países terceros para organizaciones de la sociedad civil y empresas, en tanto que ejecutores de contratos públicos, y/o programas de responsabilidad corporativa o posibles apoyos en operaciones público-privadas, así como oportunidades de empleo y experiencia internacional en terceros países a través de programas de cooperación.

El impulso de la actividad internacional de las empresas españolas y la atracción de inversión extranjera para favorecer la recuperación y la transformación de la economía española es una de las prioridades estratégicas del ICO.

El **ICO**, en línea con sus homólogos de la UE, colabora y complementa a la banca privada, contribuyendo a dinamizar la financiación a todas las empresas de todos los sectores y tamaños, especialmente a las pymes, para apoyar su crecimiento y la expansión de sus actividades en España y en los mercados internacionales. El ICO registró a finales de 2020 un saldo de vivo de actividad de financiación internacional de 4.355 M€, un 23% superior a 2019.

Además, el ICO pone a disposición de las empresas españolas un conjunto de **instrumentos financieros especializados en la internacionalización**, desde las **Líneas de Mediación** focalizadas en pymes y proyectos de menor envergadura (exportaciones, internacionalización, **Canal Internacional** — cuyo alcance está previsto ampliar-), hasta financiación directa a empresas mediante estructuraciones, sindicados, project finance, adquisición de bonos, dirigidos a midcaps y empresas de mayor tamaño. También cobra especial importancia el papel de **ICO** en licitaciones, avales y garantías internacionales.

Asimismo, el **ICO** está potenciando su papel como **gestor y canalizador de fondos de la Unión Europea dirigidos a empresas españolas**, en colaboración con la Comisión Europea, el Grupo del Banco Europeo de Inversiones, los distintos Ministerios, CCAA y sus organismos dependientes. Durante el año 2020, el Instituto ha culminado con éxito su proceso de acreditación como *Implementing Partner* (IP) de la Unión Europea, dotándose de nuevas capacidades para contribuir junto a los Ministerios correspondientes a desplegar de forma efectiva los recursos de los programas europeos previstos en el Marco Financiero Plurianual 2021-2027, como Invest EU o Connecting Europe Facility, de la iniciativa Next Generation EU y el Fondo Europeo de Garantías, sobre la base un esquema de colaboración público-privada y en línea con las prioridades previstas en el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

Se mejorará la gestión de **ICO como Agencia Financiera del Estado**, tratando de generar sinergias y valor añadido complementario en los servicios que ICO presta por cuenta de terceros, a través de la gestión de fondos públicos. En concreto, **ICO** va a continuar gestionando el Fondo para la Internacionalización de la Empresa (**FIEM**) y el Contrato de Ajuste Recíproco de Intereses (**CARI**), por cuenta del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.

1.6 IMPULSAR “MUJERES E INTERNACIONALIZACIÓN”

Se aumentará la información, teoría y trabajo de investigación y de coordinación para entender mejor los factores que favorecen y obstaculizan el emprendimiento internacional femenino.

Desde la **Secretaría de Estado de Comercio** se impulsarán las acciones relacionadas con el **Grupo de Trabajo sobre “Mujer e Internacionalización”**, que se constituyó en el marco del anterior Plan de Acción 2019-2020.

En este Grupo de Trabajo participan representantes de diversos organismos públicos, universidades, instituciones y asociaciones de empresarias, para analizar e identificar los obstáculos y dificultades existentes que encuentran las mujeres en su papel en la internacionalización de la economía española, buscando concretar posibles soluciones.

En febrero de 2020, la celebración de las **Mesas de Debate sobre Mujer e Internacionalización, impulsadas por la Secretaría de Estado de Comercio y el Instituto de las Mujeres y para la Igualdad de Oportunidades**, que contó con una amplia participación de organismos oficiales de ámbito estatal y regional, así como de entidades, asociaciones y organizaciones empresariales, supuso un gran avance en el tema de la mujer y la internacionalización desde una perspectiva integral. El análisis y la valoración de la situación actual que se compartieron en ese foro, resultó clave para definir una batería de iniciativas y diseñar un conjunto de líneas de acción que persiguen mejorar e impulsar, de forma global y coordinada, la presencia efectiva de la mujer en el ámbito de la internacionalización. En este sentido, se desarrollaron cuatro bloques temáticos en los siguientes ámbitos: Estadísticas y análisis de datos; Visibilidad, formación, instrumentos de financiación y apoyo; Contratación pública; y Contratación privada.

En abril 2021, se presentarán las **conclusiones y compromisos de estas mesas de debate, recogidos en un documento que se hará público mediante un acto virtual con el máximo apoyo institucional**. Durante el mismo, se darán a conocer las acciones que son necesarias para impulsar la internacionalización de las empresas de mujeres y su integración en la economía española, así como los compromisos de los agentes implicados que asumen poner en marcha de forma inmediata.

En concreto, desde **ICEX** está previsto analizar y enriquecer **la información disponible en su base de datos para identificar a las mujeres y a las empresas lideradas por mujeres y con titularidad mayoritaria de mujeres** para profundizar en el conocimiento y estudio de sus perfiles.

Disponer de datos fiables y establecer una dinámica de realización de estudios y análisis rigurosos resulta esencial para conocer las características de estas empresas, las tendencias en su demanda de servicios de apoyo o su evolución en cuanto a palancas de competitividad, lo que facilitará la toma de decisiones en cuanto al desarrollo de iniciativas y acciones orientadas a promover una mayor presencia y participación en el ámbito internacional. **La Secretaría de Estado de Comercio realizará un estudio para mejorar el conocimiento sobre el papel de las mujeres en la internacionalización de las empresas.**

También, en esta línea, está previsto **incorporar la perspectiva de género en todas las evaluaciones que ICEX lleve a cabo**, tanto de necesidades como de impacto, como una vía adicional para reforzar un mayor conocimiento y para analizar si los requerimientos o la efectividad de los apoyos de ICEX muestran resultados diferentes en este sentido, lo que permitirá igualmente poder adoptar medidas o mejoras dirigidas específicamente a estas empresas. ICEX promoverá, igualmente, un marco de colaboración con otras entidades y con el ámbito universitario con el objetivo de fortalecer el estudio y la investigación de las claves para acelerar la presencia efectiva de las mujeres en el ámbito internacional.

Por su parte, **COFIDES** incorpora determinados estándares internacionales en el ámbito de la **igualdad de género en sus políticas de medición de impacto social y medioambiental**.

Se promoverá la incorporación de **la mujer en el comercio internacional a través de los Acuerdos Comerciales**.

La Ministra de Industria, Comercio y Turismo propuso a la Comisión en diciembre de 2020, junto con varios homólogos de la UE⁴⁰, diversas medidas para una política comercial más sensible a las cuestiones de género, entre las que se incluyen: promover un compromiso reforzado en una declaración de la próxima Conferencia Ministerial de la OMC; esforzarse por lograr una representación equitativa de mujeres y hombres en el comercio; en la formulación de políticas de inversión; y en los mecanismos de solución de controversias (en particular, garantizar el equilibrio en la lista de árbitros); y llevar a cabo estudios más profundos y análisis más transversales sobre política comercial y género con organizaciones internacionales: OMC, CCI⁴¹, UNCTAD y OCDE.

En la **OMC**, España apoya además de la continuidad de la Declaración de Buenos Aires sobre “Comercio y Empoderamiento de la Mujer”, las labores del Grupo de Trabajo sobre Comercio y Género creado recientemente para coordinar acciones de cara a la 12ª Conferencia Ministerial de la OMC. En el marco de este grupo, se trabajará para avanzar en la aplicación de los objetivos de la Declaración de Buenos Aires mediante el intercambio de experiencias sobre programas para incrementar la participación de la mujer en el comercio internacional, así como de experiencias sobre el análisis de la política comercial desde la perspectiva de género, la recogida de datos desagregados, la utilización de indicadores, métodos de evaluación y el análisis de estadísticas enfocadas al género y relativas al comercio. Además, se continuará trabajando con la OMC para promover la eliminación de las barreras y la mejora del acceso de la mujer al comercio, analizar el trabajo de la secretaría de la OMC relacionado con el tema del género y explorar cómo apoyar los resultados del programa de trabajo de Ayuda al Comercio de la OMC.

Dado que las alianzas se configuran como una herramienta valiosa que permite crear sinergias y obtener un efecto multiplicador, se reforzará la colaboración con otras entidades tanto del sector público y privado para el desarrollo de iniciativas conjuntas, como del ámbito académico para abordar distintas líneas de investigación y estudio.

⁴⁰ FR, IE, IT, NL, SE, DK, FI, BE y LU

⁴¹ Centro de Comercio Internacional

Es de destacar el interés en intercambiar buenas prácticas y estudios entre las distintas CCAA en el marco del **Consejo Interterritorial de Internacionalización**.

Se aumentará la visibilidad de las mujeres en la internacionalización.

La orden firmada en 2019 por la Ministra de Industria, Comercio y Turismo, por la que se dictaban “instrucciones sobre presencia equilibrada de mujeres y hombres en las intervenciones públicas en las que participe el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo en el ámbito de sus competencias” ha sido incorporada en **ICEX** a través de la posterior instrucción interna de aplicación en todos los eventos organizados directamente o en los que participe la institución. Esta instrucción es objeto de seguimiento y control para su aplicación efectiva a través de un procedimiento, promoviendo y potenciando de esta forma el principio de equilibrio entre hombres y mujeres en la configuración de las mesas e intervenciones en actos organizados directamente o con la participación de la Secretaría de Estado de Comercio.

Se continuará trabajando en la creación de unos **premios** en la **Secretaría de Estado de Comercio**, en colaboración con otros actores relevantes, **para reconocer el trabajo llevado a cabo por mujeres** y así dar mayor visibilidad a los casos de éxito empresarial que sirvan de referencia y de estímulo a otras empresarias.

Se reforzará el trabajo desarrollado para **evitar estereotipos y sesgos de género en materiales didácticos y divulgativos** (por ejemplo, vídeos de promoción de la internacionalización donde las protagonistas sean mujeres empresarias) y en jornadas de capacitación, técnicas o de debate.

Se dará difusión de programas de internacionalización dirigidos a mujeres, así como a las plataformas que las conecten.

ICEX impulsará la creación y consolidación de una nueva plataforma digital “**Mujer e Internacionalización**”, con el objetivo de ofrecer formación, información, asesoramiento y una amplia variedad de recursos que permitan reforzar las capacidades, el conocimiento y el acceso a oportunidades internacionales a las mujeres para reforzar su participación y presencia internacional.

Asimismo, está previsto que se constituya como un espacio dinámico donde visibilizar casos y experiencias de mujeres en el ámbito internacional que permita generar referentes, crear una red de apoyos y una comunidad basada en alianzas que promuevan la vocación internacional de mujeres emprendedoras, empresarias y directivas. Se concibe desde una óptica integradora dentro del ecosistema ya en funcionamiento de asociaciones, iniciativas y entidades que están ofreciendo servicio y apoyo en este sentido, para generar sinergias y reforzar la cooperación y el efecto multiplicador de los resultados.

En cuanto a los programas de **ICEX** enfocados a ofrecer apoyo para el diseño de estrategias de internacionalización, como **ICEX Next, e-market services o ICEX Impact+**, se pondrá el acento en promover su difusión y fomentar la participación de empresas lideradas por mujeres.

Asimismo, **ICEX** buscará y **reforzará alianzas para impulsar la difusión de programas de internacionalización dirigidos a mujeres**⁴² y potenciará la colaboración y el conocimiento de **plataformas virtuales de *networking*** que buscan promover y apoyar el comercio internacional.⁴³

Todo ello, enmarcado en un firme compromiso de la institución para adoptar y desarrollar medidas alineadas con la consecución de los objetivos de la Agenda 2030.

1.7 MEJORAR LA CALIDAD Y EL ACCESO A LA INFORMACIÓN SOBRE LOS DISTINTOS PROGRAMAS E INSTRUMENTOS

La Secretaría de Estado de Comercio ha llevado a cabo un proceso de racionalización de los informes públicos que están a disposición de los distintos usuarios (empresas, asociaciones, organizaciones empresariales, universidades, etc.) con el objetivo de brindar una información más personalizada y que esté en continua actualización. Para ello, **se ha renovado la web de la Secretaría de Estado de Comercio** y se ha puesto en marcha una **nueva versión de la herramienta *Canal País*** a través de la que los usuarios podrán descargarse informes a medida en función de la información que estén buscando, optimizando así su tiempo de búsqueda.

Las publicaciones de la Secretaría de Estado de Comercio, en especial, el **Boletín de Información Comercial Española y El Exportador**, contribuirán a la difusión de las novedades en materia de política comercial de la Unión Europea, para que las empresas dispongan de información actualizada y de utilidad para su acceso a mercados exteriores y un mejor aprovechamiento de las oportunidades existentes.

Se va a reforzar la comunicación *online* y en redes sociales con el objetivo de llegar al máximo número de destinatarios potencialmente interesados, fundamentalmente a través de la **web de la Secretaría de Estado y del Portal de Barreras Comerciales**.

Asimismo, ICEX pondrá en marcha un nuevo sistema de portales⁴⁴ que reforzará todos sus canales de comunicación para ofrecer información actual e inmediata sobre sectores y mercados, oportunidades de negocio, limitaciones y restricciones a la movilidad, tendencias de mercado y todos aquellos elementos imprescindibles para abordar con éxito los mercados exteriores.

Este nuevo sistema facilitará la búsqueda y acceso a información relevante desde cualquier tipo de dispositivo e incluirá herramientas de autodiagnóstico y *upskilling* para acercar la información y formación en internacionalización a todas las empresas. **“Ventana Global”** combinará la atención telefónica y telemática con las reuniones virtuales que también incluirán a **las Direcciones Provinciales y Territoriales de Comercio de la Secretaría de Estado de Comercio**. De la misma forma, seguirá

⁴² Ejemplo Programa Mprende+21 de FEDEPE o Programa de Obtención de Avaes CERSA-Instituto de la Mujer.

⁴³ A nivel internacional ya existen en algunos países plataformas específicas para apoyar iniciativas específicas de mujeres y comercio internacional como *She Trades* del Centro de Comercio Internacional.

⁴⁴ La nueva plataforma digital corporativa para la internacionalización www.icex.es será uno de los proyectos enmarcados en PABE.

en marcha el servicio **“Conecta2”** de reuniones con la red de Oficinas Económicas y Comerciales de la Secretaría de Estado de Comercio.

Adicionalmente, esta Secretaría de Estado pone a disposición del público en general la información relacionada con las inversiones extranjeras que entran y salen de España a través de dos instrumentos:

- En primer lugar, **Datainvex**⁴⁵, donde se puede consultar toda la información detallada a ese respecto.
- En segundo lugar, **Globalinvex**⁴⁶, la nueva herramienta puesta a disposición para consultar esos datos de manera visual y accesible.

Con la voluntad de reducir las cargas administrativas y sin perder calidad de la información, **dentro del proyecto de publicación de un nuevo real decreto de inversiones exteriores —que sustituya al RD 664/99—, se simplificarán las obligaciones de declaración**, especialmente en el ámbito de los valores negociables, lo que supondrá un cuantioso ahorro de carga administrativa para empresas y ciudadanos.

Se promoverá un mayor empleo de las tecnologías de la información y el refuerzo de la información sobre los Instrumentos financieros de apoyo a la internacionalización a disposición de las empresas.

Es esencial que la empresa exportadora, particularmente la pyme, tenga **el mejor acceso posible a la información sobre los distintos instrumentos financieros públicos**, orientándola sobre el mejor instrumento a su alcance y acompañándola en el proceso de solicitud.

Por parte de ICEX, **se potenciará el asesoramiento financiero a la empresa española, ofreciendo orientación a través de “Ventana Global”** acerca del instrumento financiero de apoyo oficial a la internacionalización que mejor se adapte a sus necesidades, así como de las **oportunidades que surjan asociadas al Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia**. Para reforzar el asesoramiento financiero, ICEX organizará seminarios y talleres en colaboración con las **Direcciones Territoriales y Provinciales de Comercio** y con determinadas **Oficinas Económicas y Comerciales en el exterior, adscritas todas a la Secretaría de Estado de Comercio**.

En cuanto a publicaciones de ministerios sectoriales, **el Ministerio de Defensa** publicará en el primer semestre de 2021 la 4ª edición del **“Catálogo de la Industria Española de Defensa”**, que es una herramienta de promoción de la industria española de defensa en el exterior y que cuenta con el respaldo oficial del MINISDEF.

⁴⁵ <https://datainvex.comercio.es>

⁴⁶ <https://globalinvex.comercio.gob.es/>

1.8 CONSOLIDAR LA SOSTENIBILIDAD COMO POLÍTICA TRANSVERSAL

La **Secretaría de Estado de Comercio** colabora con el **Grupo de Alto nivel para la Agenda 2030**, con el objetivo de identificar medidas en el ámbito de la política de internacionalización que contribuyan al cumplimiento de los objetivos de la Agenda 2030.

También movilizará los **instrumentos disponibles en la política comercial de la UE, promoviendo el avance de los capítulos de Comercio y Desarrollo Sostenible en los acuerdos comerciales**, otorgando especial importancia a los ámbitos relacionados con el desarrollo sostenible, como la protección del medioambiente y la biodiversidad, la lucha contra el cambio climático y la ratificación de los convenios de la Organización Internacional de Trabajo (OIT), entre otros. Asimismo, continuará la participación activa de la Secretaría de Estado de Comercio en otros foros multilaterales además de la OMC, en materia de sostenibilidad, como el Grupo de Trabajo sobre Comercio y Medioambiente de la OCDE.

ICEX continuará apostando por la internacionalización sostenible como una de sus líneas estratégicas prioritarias, tratando de consolidar la sostenibilidad como vector que refuerce la competitividad y la cadena de valor de las empresas españolas en el exterior, impulsando un desarrollo económico sostenido, inclusivo y sostenible. Esta estrategia busca además potenciar el impacto social y ambiental positivo de la actividad de las empresas españolas en los mercados de destino, tratando de contribuir a su vez a maximizar las oportunidades y reducir los riesgos empresariales que puedan surgir en unos mercados potencialmente más inciertos y cambiantes. **Otros instrumentos, como COFIDES o CESCE, están comprometidos también con la promoción de la sostenibilidad y la lucha contra el cambio climático como objetivos de sus políticas medioambiental y social.**

ICEX, en coherencia con esta línea estratégica y como miembro del comité ejecutivo de la **Red Española del Pacto Mundial**, trabajará activamente durante los próximos años en la adopción de medidas dirigidas a promover una internacionalización de las empresas españolas que contribuyan a lograr los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), priorizando sectores de bienes, tecnologías y servicios que tengan un especial impacto positivo en la economía, sociedad y medioambiente. En este sentido, ICEX ha realizado un ejercicio de alineamiento de su actividad con la Agenda 2030 vinculándola a los ámbitos de la gobernanza, sociedad, medio ambiente y economía e identificando aquellos ODS en los que se tenía un mayor impacto (8, 12, 5, 9, 13, 17, 4 y 16). Fruto de este ejercicio de alineamiento, se impulsará el **Plan ICEX 2030**, dirigido a maximizar el impacto de la actividad de ICEX y de sus clientes en los ODS priorizados. Para ello, se implantará un nuevo sistema de seguimiento y de medición de impacto y de progreso. **El Plan ICEX 2030** actuará como una hoja de ruta a diez años (2021-2030) — coincidiendo con la denominada Década de Acción para los Objetivos de Desarrollo Sostenible —, y, a través de planes de acción bienales, recogerá el conjunto de acciones de todas las áreas de **ICEX** dirigidas a incorporar la cultura de la sostenibilidad en la propia institución:

- 1) Potenciar la internacionalización sostenible de la economía española en sectores de alto impacto y reforzar el rol de la empresa española dentro de la Agenda 2030 y del Acuerdo de París.
- 2) Promocionar España como país receptor de IED sostenible, generadora de empleo de calidad.

- 3) Fomentar estrategias de internacionalización que favorezcan la diversidad y la inclusión, incrementando así la competitividad empresarial.
- 4) Promover modelos de negocio inclusivos y sostenibles en mercados de bajos ingresos, que promuevan la innovación social de las empresas españolas y favorezcan la diversificación de los mercados de destino de sus exportaciones e inversiones.
- 5) Formar personas y captar talento para consolidar una internacionalización sostenible efectiva.

ICEX posicionará la imagen de España en el exterior como país asociado a valores vinculados a sostenibilidad, convirtiéndola en una herramienta de internacionalización de nuestra economía, tanto para mejorar la posición de las empresas españolas en el exterior como para la atracción de inversiones.

Para ello, **ICEX** continuará impulsando las iniciativas ya adelantadas en el anterior plan de acción, en concreto:

- Consolidar la sostenibilidad con carácter transversal en la propia organización, reforzando tanto el ámbito de funcionamiento interno como el marco de alianzas con socios, para actuar como marco de referencia de una internacionalización sostenible en los ámbitos que le competen.
- Impulsará las labores de información, difusión y capacitación de empresas con la sostenibilidad como vector de competitividad y motor de innovación, a través de formatos flexibles, inclusivos y abiertos (i.e. cursos **NOOC**) y con un enfoque muy práctico y sectorial (i.e. ciclo de jornadas sobre internacionalización sostenible por sectores).
- Continuará reforzando la visibilidad de los esfuerzos de las empresas españolas en el ámbito de la sostenibilidad, para que “Made in Spain” sea identificada como una marca país sostenible, dotando de carácter estratégico la presencia en ferias internacionales, foros y/o plataformas de comercio electrónico, que permitan incluir el componente medioambiental y/o social entre los atributos del sector y atrayendo inversión extranjera directa sostenible y generadora de empleo de calidad.
- Desarrollará nuevas líneas de trabajo y actuaciones dirigidas a acompañar a las empresas españolas para que atiendan nuevos mercados o sectores de demanda a través de modelos de negocios inclusivos y sostenibles (programa **ICEX IMPACT+** adaptado al actual contexto internacional). Junto con otros socios de referencia, se capacitará a las empresas españolas para que puedan desarrollar con éxito este tipo de modelos de negocio (Laboratorio de negocios inclusivos).
- En el marco de la estrategia multilateral (véase Eje 4), continuará con su trabajo de colaboración con organismos multilaterales, agencias de Naciones Unidas y bancos de desarrollo para captar oportunidades de financiación generadas entorno a la agenda de desarrollo sostenible, incluyendo el diseño de nuevos programas que permitirán facilitar el acceso a dichos mercados.

- Potenciará acciones y herramientas dirigidas al cumplimiento de los compromisos de aplicación de **Principios Rectores de Naciones Unidas sobre Empresas y Derechos Humanos**, con especial atención a los procedimientos de debida diligencia empresarial en materia de DDHH y medio ambiente.

La Secretaría de Estado de Comercio contribuirá al Plan de Acción Nacional (PAN) de Empresas y Derechos Humanos, cumpliendo los compromisos de aplicación de los Principios Rectores de Naciones Unidas sobre Empresas y Derechos Humanos contemplados en el mismo.

La Secretaría de Estado de Comercio ejerce la presidencia del Grupo de Trabajo creado por el Plan de Acción Nacional de Empresas y Derechos Humanos del Gobierno de España, en el marco del Plan Estratégico de Internacionalización de la Economía Española, para desarrollar un plan de acción específico para examinar la coherencia de las políticas de apoyo a la internacionalización empresarial y su alineación con los principios rectores. En el Grupo de Trabajo se estudia la modulación de los apoyos proporcionados por los organismos oficiales de crédito, de crédito a la exportación y los organismos oficiales de seguros o de garantía de las inversiones de todas las administraciones en función del ejercicio de la responsabilidad de respeto a los derechos humanos. Este plan de acción, cuyo periodo de vigencia se extiende a 2021-2022, ya está elaborado, estando pendiente su elevación al Consejo de Ministros. El documento elaborado incluye varias propuestas que afectan a los mecanismos de apoyo a la internacionalización empresarial.

Asimismo, la Secretaría de Estado de Comercio participa en las reuniones de coordinación convocadas por el MAUC y en las presentaciones y evaluaciones del PAN, así como en su difusión.

La Secretaría de Estado de Comercio promoverá la adhesión de Estados no miembros de la OCDE a la Declaración sobre Inversión Internacional y Empresas Multinacionales, que incluye las Directrices de la OCDE sobre Empresas Multinacionales.

Se mantendrá la difusión al sector privado y otras instituciones interesadas de las **Directrices de la OCDE para empresas multinacionales, los manuales de diligencia debida de la OCDE y el Convenio de la OCDE de Lucha contra la Corrupción de Funcionarios Públicos Extranjeros en las Transacciones Comerciales Internacionales.**

Se potenciará la actividad del **Punto Nacional de Contacto (PNC) para las Directrices de la OCDE para empresas multinacionales.** Esto se conseguirá, por un lado, a través de dotar de mayor visibilidad al PNC español, al gestionarse su secretaría a partir de 2021 desde la Unidad de Apoyo de la **Dirección General de Comercio Internacional e Inversiones** y, por otro, a través de la organización de eventos de difusión informativa sobre el funcionamiento del PNC como mecanismo de promoción e implementación de las Líneas Directrices de la OCDE y como instrumento de mediación y conciliación para resolver problemas prácticos que puedan plantearse. Para la organización de este tipo de eventos y con el fin de que tengan el mayor impacto posible, se contará con la presencia de altos cargos del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y de la OCDE así como con la

participación y el apoyo de los miembros del Consejo Asesor del PNC español⁴⁷. Estas actividades se complementarán con la actuación de las **Oficinas Económicas y Comerciales en el exterior de la Secretaría de Estado de Comercio** como difusoras entre las empresas españolas de estas buenas prácticas y colaboradoras de la actuación del PNC.

Por otro lado, en lo que respecta a la participación de la **Secretaría del PNC español** en el Grupo de Trabajo de Responsabilidad Social Corporativa de la OCDE, además de la participación periódica en reuniones y webinarios que contribuyen a la actualización y formación del personal de la Secretaría, cabe destacar que en noviembre de 2021 está prevista la “evaluación de pares” del PNC español. Este ejercicio es una de las herramientas que la red de PNCs tiene a su disposición para fortalecer a sus miembros. Se trata de un examen al que un PNC se somete, siendo los examinadores otros PNCs. El objetivo último de este ejercicio es, por tanto, el de mejorar el funcionamiento del PNC, lo cual además contribuirá positivamente sobre otros PNCs de la red.

⁴⁷ El Consejo Asesor está integrado por los siguientes miembros: un representante de CEOE, un representante de Cámara de España, un representante de UGT, un representante de CC.OO., un representante de USO, un representante del Observatorio de la Responsabilidad Social Corporativa y un representante de Transparencia Internacional.



EJE 2

INCORPORAR LA INNOVACIÓN,
LA TECNOLOGÍA, LA MARCA
Y LA DIGITALIZACIÓN A LA
INTERNACIONALIZACIÓN

EJE 2: INCORPORAR LA INNOVACIÓN, LA TECNOLOGÍA, LA MARCA Y LA DIGITALIZACIÓN A LA INTERNACIONALIZACIÓN

2.1 INCORPORAR LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

Es crucial que instituciones, empresas y entidades financieras trabajen conjuntamente para apoyar proyectos innovadores que contribuyan a crear empleo de calidad y a renovar estructuras productivas para dar paso a otras más modernas e innovadoras.

Asimismo, la **cooperación tecnológica internacional** supone una necesidad para las empresas, ya que la cooperación en proyectos económicamente viables desarrollados en el marco de programas internacionales multilaterales o bilaterales les permite acentuar el carácter innovador de sus bienes y servicios, pudiendo acceder así más fácilmente a los distintos mercados.

La globalización del conocimiento, de las tecnologías y de los mercados de la innovación hace que la capacidad de liderazgo internacional de las instituciones públicas, universidades, empresas y grupos de investigación sea un factor decisivo y diferenciador en un entorno altamente competitivo. Por ello, **desde las Administraciones Públicas se están adoptando medidas para apoyar la difusión internacional de la tecnología española**, respaldando la realización de proyectos empresariales de I+D+i en colaboración con agentes de otros países y la comercialización, a nivel global, de nuevos productos y servicios innovadores mediante las correspondientes acciones de promoción en el exterior.

La Estrategia Española de Ciencia, Tecnología e Innovación 2021-2027 define como uno de sus ejes transversales el apoyo a la internacionalización como un componente intrínseco de las acciones de fomento y coordinación, que contribuye al fortalecimiento de las capacidades humanas e institucionales y se promoverá mediante actividades esenciales dirigidas a fomentar la colaboración con otros EEMM de la UE y con otros países de nuestro entorno. Estas actuaciones se abordarán desde el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación y sus agencias, en coordinación con otros departamentos ministeriales y de todos sus agentes en el exterior.

Las oportunidades científicas y tecnológicas emergentes que surjan en ámbitos geográficos fuera de la UE, en especial en Iberoamérica, constituyen un aspecto imprescindible que debe tenerse en cuenta en la configuración de la estrategia.

De cara a fortalecer el Sistema Español de Ciencia, Tecnología e Innovación se contempla la necesidad de crear un **entorno favorable para la detección de nuevas tecnologías disruptivas**, así como **incentivar los flujos de inversión innovadora hacia nuestro país** y la presencia de entidades españolas en otros países. Los recursos financieros dedicados a la I+D+I se desplazan de unas regiones a otras en busca de ideas más avanzadas y ecosistemas más favorables, sobre todo, en el caso de las inversiones del sector privado. Es necesario adoptar una postura proactiva, implicando a los ministerios sectoriales, al MAUC y a las misiones diplomáticas españolas, en estrecha colaboración con entidades públicas y privadas. Esto obligará a España a **lanzar iniciativas que permitan:**

- a) crear las condiciones adecuadas para la ubicación en nuestro territorio de centros de investigación e innovación de entidades extranjeras, públicas o empresariales.
- b) apoyar la presencia de entidades españolas de ciencia y tecnología en otros países, mediante la reformulación del apoyo al conocimiento y a las capacidades científico tecnológicas españolas en el exterior.

La cooperación público-privada permitirá maximizar la sinergia y la asociación con entidades fuera de España, que favorecerán la participación en concursos internacionales y la provisión de componentes de grandes instalaciones. Con ello, se asume la existencia de cadenas de valor globalizadas y la necesidad de participar en aquéllas que refuercen nuestra capacidad de influencia. Esta visión se complementará con la **adopción de modelos de innovación abierta**, en los que las grandes empresas procederán a identificar socios estables, tanto públicos como privados, en diversos países del mundo. La cooperación en innovación abierta no se circunscribe al ámbito local; por ello, la pertenencia de una entidad pública o una pyme a estas redes internacionales constituye un elemento clave para asegurar su competitividad y estabilidad.

En el ámbito de la cooperación científica y la colaboración internacional, que incluye la cooperación internacional para el desarrollo y la diplomacia científica, **el CDTI** a través de su red exterior de delegados realizará actividades de presentación de las capacidades tecnológicas de empresas españolas mediante eventos de promoción organizados con colaboración de las Embajadas, **y la FECYT** impulsará la relación con las redes **RAICEX** de científicos españoles en el exterior realizada en colaboración con **AECID**. A través de la iniciativa de ciudadanía española global del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación se favorecerá también la relación de las redes de científicos españoles en el exterior con otros colectivos profesionales de españoles. En el mismo sentido, se impulsará los procesos administrativos que permitan crear unidades en otros países y se fomentará la participación de personal destacado en los órganos directivos y de gestión de asociaciones internacionales, europeas e intergubernamentales dedicadas a la I+D+I.

El **CDTI**, por su parte, como principal canalizador de las solicitudes de financiación y apoyo a los proyectos de I+D+i de empresas españolas en los ámbitos estatal e internacional, promueve una acción tecnológica exterior con el fin de incrementar la cooperación internacional en I+D+i con los actores más innovadores de otros países. Entre sus iniciativas de financiación, habría que destacar **la Red Cervera**, iniciativa diseñada para impulsar el desarrollo de determinadas áreas tecnológicas estratégicas mediante el fomento de la colaboración en I+D entre empresas y centros tecnológicos y que ofrece financiación a través de subvenciones y préstamos parcialmente reembolsables. Asimismo, es destacable el **Programa Invierte** de estímulo de la inversión del capital riesgo en empresas tecnológicas e innovadoras españolas, mediante la realización de inversiones públicas en fondos de capital riesgo privados.

Las Misiones en Ciencia e Innovación del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación son un instrumento de innovación estatal, que serán definidas por amplio consenso y revisadas en función de las prioridades estratégicas españolas; las Misiones en Ciencia e Innovación financiadas por el **CDTI** contribuirán a integrar el trabajo de empresas, investigadores e instituciones, públicas y privadas, y a disponer de los recursos económicos necesarios para lograr el impacto deseado. El tipo

de actuaciones contempladas en las misiones propuestas deberá cubrir todos los eslabones de la cadena de valor tales como: la investigación fundamental orientada a la actuación considerada, el desarrollo e integración de tecnologías avanzadas y emergentes, y el apoyo al proceso de innovación tecnológica que repercutirá en nuevos productos y servicios avanzados. Todo ello, respetando el alineamiento temático, la definición de los indicadores de éxito, los horizontes temporales, el esfuerzo realizado en la UE a este respecto, y los retos específicos de nuestro país.

El Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación prevé la aprobación de la Estrategia Nacional de Tecnología y Orden Global, en alineamiento con el posicionamiento estratégico nacional en los distintos ámbitos que abarca y como instrumento para la óptima sincronización y optimización en eficacia de los recursos de la acción exterior del Estado. Se adaptarán diplomacia, estructuras, procedimientos, métodos de trabajo, modelos ampliamente participados de cooperación público-privada para informar las decisiones de política exterior que competen en su dirección a este departamento ministerial al nuevo entorno de las relaciones internacionales, modificado en sus centros y equilibrios de poder por la importancia que adquiere la tecnología. Esta implica difusión de poder del Estado a los actores no estatales y concentración en Estados y grandes corporaciones. Esta Estrategia contribuirá al posicionamiento de España en la escena internacional.

Por su parte, **el Ministerio de Universidades** ha puesto en marcha la segunda convocatoria **del Sexenio Transferencia de Conocimiento**, para aumentar la conexión entre investigadores-innovadores, emprendedores, inversores y empresarios, y la mayor transferencia de conocimiento través de patentes y de spin-off. Esta iniciativa será **compatible con la iniciativa ya existente Sexenio de Investigación**.

Cabe señalar el papel que en la transferencia de conocimiento tecnológico y en su transformación e innovación puede desempeñar la universidad española, específicamente desde sus grupos e institutos de investigación, contribuyendo a la modernización permanente del aparato productivo del país y robusteciendo la competitividad de nuestra economía. En este terreno, asimismo las universidades juegan un papel clave como productoras y promotoras de avances tecnológicos en el terreno de la digitalización, que luego se trasladan al resto de ámbitos de la economía y de la sociedad.

El Ministerio de Defensa ha aprobado recientemente la nueva **Estrategia de Tecnología e Innovación para la Defensa (ETID 2020)** que, alineada con la Estrategia Española de Ciencia, Tecnología e Innovación 2021-2027 (Ministerio de Ciencia e Innovación/Ministerio de Universidades), contempla distintas actuaciones de coordinación articuladas en tres niveles:

- Desarrollo de **tecnologías avanzadas para su incorporación en los futuros sistemas de defensa**, con la puesta en marcha de programas que actúen como motor de lanzamiento de oportunidades empresariales.
- Desarrollo de tecnologías para los principales desafíos y retos tecnológicos de defensa, a través de convocatorias como el **Programa COINCIDENTE** (Cooperación en Investigación Científica y Desarrollo en Tecnologías Estratégicas) y el apoyo y participación en proyectos internacionales en el ámbito I+D+i.

- Seguimiento de los avances del tejido investigador nacional en torno a **tecnologías disruptivas emergentes**, cuyo desarrollo futuro podría abrir nuevas posibilidades para la I+D+i, y potenciar la resiliencia de nuestra base tecnológica, tanto de la defensa como de tecnologías duales.

El Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital ha publicado la Estrategia Digital “España Digital 2025” donde se incluyen diferentes acciones en el ámbito de la conectividad, la digitalización de las pymes y la administración pública, la Inteligencia Artificial y la economía del dato, la ciberseguridad, las competencias digitales y los derechos digitales. Particularmente, en esta última se establece la preparación de una Carta de Derechos Digitales que sitúa a España en una posición de liderazgo en la reflexión y el debate sobre el humanismo tecnológico.

El Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital ha aterrizado esta estrategia digital en 7 planes específicos que van desde la conectividad y el 5G hasta la Inteligencia Artificial, que contribuyen al desarrollo de nuestras capacidades e infraestructuras digitales que puedan, por un lado, atraer inversiones y talento a España y, por otro, producir soluciones basadas en el respeto de los derechos fundamentales para su exportación a otros países. Esta capacidad de atracción y de exportación apoyaría el desarrollo de la soberanía digital europea.

Por su parte, **la Secretaría de Estado de Comercio, a través de ICEX**, impulsará la **internacionalización de sectores punteros de alto contenido tecnológico** como las TICs, la ciberseguridad, los videojuegos, la biotecnología, o el aeroespacial, entre otros, optimizando la presencia en los principales foros vinculados con alto contenido tecnológico y las estrategias de promoción asociadas a estos sectores. **También** desarrollará actividades para **promover la internacionalización de empresas que incorporan elementos tecnológicos o digitales a sectores más tradicionales, como alimentación educación o turismo**. Como ejemplos, el programa **Global through Innovation**, para empresas de calzado, con FICE, el programa de Mentoring en comercio electrónico para empresas de alimentos, con **FIAB**, y distintas iniciativas de posicionamiento en plataformas de comercio electrónico B2B y B2C.

Esta labor se sumará a la que se realiza con naturaleza transversal en materia de emprendimiento, e incorporación de innovación a empresas ya consolidadas, mediante, por ejemplo, **innovación abierta, inserción en ecosistemas internacionales innovadores, o identificación activa de socios internacionales para insertar en sus cadenas de valor**.

En este ámbito, destaca **el convenio con Red.es** para, además de la participación en eventos internacionales, el desarrollo de un programa dirigido a la capacitación e inmersión de emprendedoras tecnológicas en el ecosistema internacional de emprendimiento e innovación (el programa Desafía, hasta ahora desarrollado en San Francisco, Tel Aviv y Hong Kong). **ICEX** también cuenta con acuerdos con **INCIBE** para el vertical de ciberseguridad, y colaborará con la **SGI, ENISA y la EOI** en nuevos programas de apoyo al emprendimiento y a su internacionalización, en el marco de la **Estrategia España Nación Emprendedora**, en particular con el **proyecto Bandera**, de atracción a España de grandes eventos internacionales, o participación en los mismos, y en la definición de una **marca España nación Emprendedora** que dé cobertura a las actividades de promoción que distintos agentes vayan a desarrollar en la proyección de esa imagen.

La **Secretaría de Estado de Comercio** también avanzará en la **agilización y mayor eficacia de los controles en frontera mediante la digitalización y simplificación de los procedimientos** de control y la mejora y renovación de los recursos de los servicios de inspección **SOIVRE** para facilitar los intercambios comerciales de mercancías.

Aspectos como el *Brexit*, la integración logística y el desarrollo y complejidad creciente de los estándares comerciales, hacen prioritaria la mejora de los sistemas de tramitación de certificados para el despacho aduanero.

En particular con motivo del *Brexit*, la carga de trabajo que se realiza desde este servicio de inspección se está viendo fuertemente incrementada, por lo que se han tomado algunas medidas de refuerzo de personal y material, digitalización y modernización de los procedimientos con el objetivo de minimizar el impacto.

Por un lado, para agilizar los controles, se han realizado cambios en las aplicaciones informáticas. En concreto:

- se ha puesto en marcha la posibilidad de que los operadores presenten telemáticamente una pre solicitud que se alimenta de los datos comunes ya introducidos en el DUA de exportación, para agilizar al máximo el manejo de la entrada de datos.
- Se ha habilitado la opción de inclusión de datos provisionales en la solicitud para iniciar con antelación a la fecha prevista de envío de la mercancía las gestiones aduaneras para avanzar en el trámite de la presentación de solicitudes, e incluso el control según resultado de análisis de riesgo, facilitando de esta manera la planificación de envíos de mercancías por parte de las empresas exportadoras.
- Desarrollo de un módulo de análisis de riesgo automático en la aplicación de gestión ESTACICE para la gestión y emisión de los certificados de calidad comercial del **SOIVRE**, que permite adelantar las respuestas para mercancías en circuito verde, evitando a los operadores tener que presentar y posicionar en punto de inspección aquellas mercancías que no han sido seleccionadas para ser objeto de control físico, salvo requerimiento de la autoridad aduanera u otro Servicio de Inspección.

Por otro, se ha concedido la figura de LAME (Local autorizado para Mercancías de Exportación) a todo aquel operador que lo ha solicitado y cumple con los requisitos exigibles, de modo que estos operadores puedan beneficiarse del despacho de mercancía, incluyendo el control de calidad comercial, en sus propios almacenes.

Asimismo, el Servicio de Inspección **SOIVRE** ofrece, a disposición de los solicitantes, un Servicio web **SOIVRE/Operador**, que permite a los solicitantes enviar desde sus propias aplicaciones los archivos con los datos necesarios para cumplimentar la solicitud de control **SOIVRE**. De este modo las solicitudes no deben grabarse en ESTACICE Internet, sino que se aprovecha la información disponible en sus propios sistemas de gestión para volcar a ESTACICE.

A la luz de los retos existentes, se continuarán los trabajos de digitalización y desarrollos informáticos de los procedimientos telemáticos de la SEC relativos a realización de controles, emisión y tramitación de certificados, y en particular se avanzará en el proyecto ya iniciado en colaboración con la AEAT para establecer una auténtica Ventanilla Única, o Punto Único de Entrada, de forma que los operadores puedan realizar ante una sola ventanilla las gestiones relacionadas con el trámite aduanero y los controles que realiza el servicio de inspección

La Secretaría de Estado de Comercio emprenderá un proceso de modernización de su red de laboratorios.

La legislación comunitaria en materia de control oficial tanto de alimentos como de productos industriales, ámbitos ambos en los que la Secretaría de Estado de Comercio tiene competencia, ha evolucionado considerablemente en los últimos años, todo ello en línea con la aparición de nuevos productos, el aumento del comercio internacional y la necesidad de llevar a cabo controles efectivos que permitan cumplir con los objetivos de seguridad y defensa del consumidor, y a su vez la defensa de la competencia en aras de una mayor competitividad.

Ello requiere disponer del adecuado equipamiento de laboratorio de última generación, que incorpore los últimos avances en tecnología de laboratorios, que permitan llevar a cabo los pertinentes controles analíticos sobre las mercancías objeto de comercio exterior de una manera ágil y eficaz, en línea con las mejoras y procesos de modernización que también se están incorporando en el servicio de inspección. Este proceso de modernización se complementa con un enfoque integral en la mejora del servicio de inspección y la red de laboratorios de apoyo, a través de la implantación de nuevos procedimientos de gestión integral digital, que interconecte ambas actuaciones, incluso con nuevas herramientas de movilidad que agilizarán al máximo los procesos, lo cual redundará en beneficio de los operadores.

2.2 FAVORECER LA CREACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE LAS MARCAS INDIVIDUALES Y MEJORAR LA IMAGEN PAÍS COMO MARCA COLECTIVA

Por parte de **ICEX**, se reforzarán las estrategias de promoción, aprovechando las sinergias existentes entre marcas individuales, marcas colectivas sectoriales:

- Food & Wines from Spain,
- Audiovisual from Spain,
- Games from Spain,
- Spain Fashion,
- New Books from Spain,
- Ports of Spain
- Spain Water
- o IGPs, entre otras

y la imagen genérica de España como origen de productos y servicios innovadores, de calidad, y que incorporan diseño, tecnología y valores asociados a la sostenibilidad social y medioambiental.

ICEX trabaja en varias líneas de trabajo en materia de comunicación y marca: por una parte, de forma física, proyectando una imagen potente de excelencia de nuestros sectores productivos en ferias y otras actividades presenciales y de relaciones públicas. Por otra, fomentando la sinergia entre las marcas sectoriales y las individuales, a través, de los planes de medios, en los cuales se agrupa anunciantes españoles, obteniendo mejores tarifas, así como contacto preferencial con los equipos de los principales medios especializados, espacios gratuitos y participación de los prescriptores en nuestras actividades, todo ello a cambio de la convivencia en la creatividad de la publicidad de ambas marcas, la sectorial y la individual.

Otro instrumento de gran impacto son las **misiones inversas a España de prescriptores de opinión** en sectores como moda (con especial atención a subsectores como moda sostenible, o moda infantil), cosmética, alimentos y bebidas, hábitat y diseño, etc

Estas actividades de promoción de imagen y marca, se podrán realizar en colaboración con el sector privado o con otros órganos de la Administración, tanto con departamentos de carácter transversal; en especial la Secretaría de Estado de la España Global, en su misión encomendada de la defensa y promoción de la imagen y reputación internacional del país; como con departamentos sectoriales, como se ha hecho en 2020/21 con el **Ministerio de Agricultura** en la campaña **"Spain Food Nation"**, en 2020/21 y se espera repetir en 2021/2022 con ese mismo **Ministerio** y como se hará en 2021 con **Cámara de España y Foro de Marcas Renombradas** en la campaña **"Think again, think Spain"**.

Por parte **del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación**, se destaca que las **acciones promocionales sobre productos alimentarios en el exterior** consolidan unas acciones exportadoras muy importantes para nuestra economía y nuestra balanza comercial.

La sinergia adquirida en la colaboración conjunta con ICEX — como la experiencia adquirida a través de diferentes **convenios MAPA-ICEX relacionados con la campaña Spain Food Nation** o las acciones promocionales de cítricos en Canadá — además de una sinergia perfecta entre los dos organismos, ofrece nuevas oportunidades de negocio para empresas del ramo agroalimentario. Otras acciones, en este caso con empresas de ámbito privado a través de convenios con la Federación Española de Industrias de alimentación y de bebidas (FIAB), con Federación Española de Asociaciones de Productores Exportadores de Frutas, Hortalizas, Flores y Plantas vivas (FEPEX) o con interprofesionales, permiten acciones conjuntas promocionales en el exterior con importantes resultados positivos. El conocimiento internacional de nuestra cultura gastronómica y de nuestros Alimentos de España beneficia el interés por España y potencia el turismo. Acciones conjuntas con otros ámbitos como la cultura, deporte, moda, y con otras áreas competenciales como los aspectos nutricionales de la Dieta Mediterránea, favorecen el conocimiento y fomento del consumo de nuestros productos agroalimentarios, por ende, fortalece la posición exportadora de nuestras empresas.

También se prevé destinar recursos adicionales, en el marco del plan del **"hub audiovisual"**, a campañas específicas de comunicación para este sector, así como los subsectores que lo componen

(cine, series, documentales, animación, video⁴⁸). El Gobierno acaba de lanzar este plan para el impulso de España como “hub audiovisual” con el objetivo de mejorar el atractivo de España para que se constituya en una plataforma destacada a nivel internacional para la atracción de la producción, negocios e inversiones en el sector audiovisual. **ICEX** jugará un papel activo en esta tarea en colaboración con **el Ministerio de Cultura y el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital**, que contará con 200 millones de euros en fondos del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

El primer eje de este plan “**digitalizar, internacionalizar y atraer inversiones**”, con una inversión prevista de 240 millones de euros, incluye actuaciones para digitalizar tanto la producción audiovisual como el seguimiento de audiencias, para impulsar la puesta en marcha y mejora de plataformas dedicadas a la producción audiovisual española y su distribución, que favorezcan su comercialización internacional, especialmente la de aquellos proyectos que generen ecosistemas de colaboración entre pymes. En este eje se desarrollará un Programa de internacionalización del sector audiovisual, desarrollado por el **Ministerio de Cultura y Deporte, Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación e ICEX** y un Programa de atracción de rodajes e inversión exterior. En este marco, se creará un punto único de información y un punto centralizado de contacto, el ‘Spain Audiovisual Hub Bureau’, que proporcionará información, asistencia y acompañamiento a potenciales inversores en el sector, tanto a las empresas extranjeras que deseen invertir en España, como a las empresas españolas interesadas en la internacionalización de su actividad.

El segundo eje “**mejora de los instrumentos financieros y fiscales**”, incluye dos tipos de medidas: las orientadas a facilitar el acceso a financiación, por un lado, y las dedicadas a la aplicación de incentivos fiscales para la producción audiovisual en España, por otro. Cuenta con una inversión de 1.330 millones de euros hasta 2025.

Además, MINCOTUR, el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital y el Ministerio de Cultura y Deporte colaborarán en las acciones e iniciativas orientadas a fomentar la internacionalización y la atracción de inversión extranjera a España en el ámbito del sector audiovisual. Para ello, se ha creado un grupo de trabajo interministerial de apoyo al Plan de Impulso al Sector Audiovisual que, presidido por el Secretario de Estado de Telecomunicaciones e Infraestructuras Digitales, cuenta con representantes de ICEX, la Secretaría de Estado de Comercio y el Ministerio de Cultura y Deporte, entre otros.

Se amplía el tipo de proyectos susceptibles de recibir financiación del **ICO**. Se amplían los proyectos que podrán ser financiados por la **Empresa Nacional de Innovación (ENISA)** a proyectos innovadores en el ámbito de la animación, los videojuegos o los efectos visuales. Ambas entidades reforzarán sus actuales líneas de financiación al sector y crearán líneas nuevas, con el objetivo de favorecer su digitalización y fomentar la reducción de la brecha de género.

⁴⁸ En el Anexo II se incluye la contribución del Ministerio de Cultura y Deporte.

Respecto a los incentivos fiscales, el marco fiscal español para estas actividades se modificó a lo largo del año 2020 con la aprobación del Real Decreto-ley 17/2020, del Real Decreto-ley 34/2020, así como con la Ley 11/2020, de 30 de diciembre, por la que se aprueban los Presupuestos Generales del Estado para el 2021. Una vez aprobado el citado marco normativo, se establecen medidas para facilitar su aplicación y seguimiento, dotándolas de la mayor certidumbre y predictibilidad para los inversores.

Este eje también incluye facilidades de acceso a la financiación bancaria y refuerzo de los instrumentos financieros de apoyo a la internacionalización a través de **CESCE**, de **COFIDES** y del **ICO**.

Por su parte, **la Secretaría de Estado de la España Global** considera la Estrategia de Internacionalización un instrumento de primer orden de cara a institucionalizar mecanismos de mejora y defensa de la imagen exterior de España y su reputación internacional con respecto a las competencias que le son atribuidas en el R.D. 644/20, y sin perjuicio de aquellas que corresponden a otros Departamentos ministeriales y entidades dependientes de la Administración General del Estado.

Por parte del **Ministerio de Defensa** se destaca la importancia de mantener la **realización de jornadas industriales** para dar a **conocer el alto contenido tecnológico de nuestras empresas** y enviar también un mensaje de confianza sobre la **solidez de la base industrial** de nuestras empresas, especialmente de las **pymes**, que son el elemento fundamental de la cadena de valor del entramado industrial español.

El Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana señala la importancia de:

- La **puesta en valor de las infraestructuras españolas**, puertos, aeropuertos, red de carreteras y red ferroviaria, para la exportación de bienes y como ejemplo del *know-how* del sector.
- El impulso a la introducción de soluciones avanzadas en tecnologías y procesos en consonancia con la **Estrategia de Movilidad Segura, Sostenible y Conectada 2030** que está impulsando el ministerio.
- El fomento de la **colaboración público-privada** para el **desarrollo de innovaciones** exitosas en el ámbito de las infraestructuras, la movilidad y la agenda urbana que a su vez se puedan estandarizar e implantar en mercados externos.
- Participación del sistema de transportes español en **misiones comerciales y plataformas digitales** para fomentar las relaciones con el **sector logístico** y las **cadena de comercio internacional**.

Por su parte, el **Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico** destaca la importancia de incorporar la dimensión medioambiental y climática en las distintas iniciativas, de cara a alinear las actuaciones con el Acuerdo de París. España cuenta con sectores tecnológicos punteros en materia de energías renovables, adaptación al cambio climático, tratamiento de residuos, depuración de aguas o economía circular donde la presencia internacional de España es ya muy destacada.

La movilidad eléctrica es fundamental para cumplir nuestros objetivos de reducción de emisiones en las próximas décadas y ofrece valiosas oportunidades para las cadenas de valor industrial nacionales, como la **fabricación de vehículos y la infraestructura de carga**. Además, debe destacarse la importancia de la **gestión integral los recursos hídricos y energéticos**, apreciados por su especial resiliencia en ocasiones de episodios climáticos extremos, al objeto de la exportación de dicha experiencia y metodología, y poner en valor el liderazgo de la empresa española en la optimización de su huella hidráulica con especial atención al mercado agrícola. El fomento de la colaboración público-privada para el desarrollo de experiencias exitosas en el ámbito de la desalación, reutilización y control epidemiológico de las, las cuales a su vez se puedan estandarizar e implantar en mercados externos.

Por último, desde el Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico se destaca la necesidad de reforzar la marca **“Spain Water”**, fomentando su presencia, entre otros, en los Foros Mundiales del Agua –en los que ha estado presente hasta ahora, en colaboración con ICEX -, que se celebran cada 3 años (el próximo en Dakar, Senegal 2022), y que son un magnífico escaparate internacional para la difusión de los valores en el sector.

Por otra parte, desde **ICEX** también se fomentará la colaboración en actividades conjuntas con socios estratégicos especializados en la internacionalización de las marcas españolas, en particular con el **Foro de Marcas Renombradas Españolas**. Tras haberse lanzado en 2020, y haberse visto suspendido por la pandemia, en 2021 se espera recuperar y relanzar a velocidad de crucero el Programa de Marca e Innovación, en colaboración con Foro y con el Banco Santander.

2.3 INCORPORAR LA DIGITALIZACIÓN EN LOS MODELOS DE NEGOCIO DE LAS EMPRESAS

La **Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial** desarrolla actuaciones de internacionalización de nuestra economía en diversas líneas de actuación, entre las que cabe destacar las acciones referentes a potenciar las capacidades digitales en IA, atracción del talento internacional y retención del talento nacional en el ámbito de la Inteligencia Artificial (como el **Spain Talent Hub o la Red Española de Excelencia en IA**); programa internacional de atracción de talento que posicione a España como país referente para mujeres profesionales en el ámbito digital; el impulso del ecosistema empresarial del sector Ciberseguridad, que busca desarrollar la industria española de la ciberseguridad, la mejora de sus soluciones para el mercado, el impulso al I+D+i y la identificación y desarrollo del talento necesario a través de acciones y programas específicos de impulso, entre cuyas actuaciones se incluye el impulso a la Internacionalización; y el impulso de España como nodo internacional en el ámbito de la ciberseguridad, para aumentar la visibilidad de España como un actor clave a nivel internacional en materia de ciberseguridad.

En particular, la puesta en marcha de los compromisos establecidos en la Estrategia de Inteligencia Artificial, impulsada por la **Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial**, requiere la movilización de un importante volumen de inversión, tanto pública y privada, en los próximos

años. Para acompañar a la inversión pública, se lanzará el **Fondo Next Tech** de capital riesgo público-privado para impulsar el emprendimiento digital y el crecimiento de empresas altamente innovadoras de base tecnológica en el ámbito de la IA y otras tecnologías disruptivas y servirá de canal de co-inversión en empresas españolas en fase de crecimiento.

Adicionalmente, **Red.es**, como entidad impulsora de la transformación digital dentro de la Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial, ofrece sus canales y recursos para la internacionalización del sector TIC y la economía digital. Destaca el **convenio suscrito entre Red.es y el ICEX para desarrollar actuaciones conjuntas destinadas a impulsar la industria digital española y su internacionalización**, tanto por la exportación de productos como por la creación de sedes o representaciones comerciales de dichas empresas en el extranjero, con especial incidencia en los mercados que mejor pueden complementar la tecnología desarrollada en nuestro país.

En el ámbito de la incorporación de la digitalización a la estrategia de internacionalización, **ICEX** trabaja especialmente en la definición de una **estrategia integral que promueva y facilite el acceso de empresas de diversos sectores al canal de comercialización online, o comercio electrónico, ofreciendo a nuestras empresas servicios que atiendan sus necesidades a lo largo de toda la cadena de valor**.

En primer lugar, se destaca el desarrollo de instrumentos para **potenciar los canales online como instrumento de diversificación y acceso a mercados**.

Por un lado, **se favorecerá el conocimiento y uso de los nuevos canales digitales a través de programas de formación y capacitación empresarial**, en el marco de una estrategia integral de presencia de las empresas españolas en canales de comercialización online, cuando ello sea posible también en el marco de los planes sectoriales desarrollados en colaboración con asociaciones de exportadores.

Por otro, y de forma especialmente relevante, mediante el desarrollo de nuevas funcionalidades en el portal *eMarket services*. En este sentido, **ICEX reforzará la oferta de contenidos divulgativos** para la empresa española particularizada **en el ámbito de la transformación digital y el comercio electrónico**, tales como información relativa a la situación del comercio electrónico por país y sector mediante informes-país, estudios de mercado, fuentes documentales e Indicadores relacionados con *e-commerce* de cada país a través del Observatorio de Tendencias *e-Commerce*. Asimismo, **ICEX presta un servicio de diagnóstico individualizado que identifica la situación de las empresas** en cuanto a su grado de digitalización y capacidad para abordar el canal internacional online y potenciará el **asesoramiento personalizado** a las empresas para el diseño y ejecución de una estrategia de venta online internacional. En este sentido, se lanzó en 2020 la primera fase del programa de consultoría *e-market services*, que se completará con una segunda fase de apoyo a la implementación de estrategias on line.

En segundo lugar, **ICEX impulsará acuerdos estratégicos con grandes entidades**, como ya existe con Amazon y Google para apoyar dicha estrategia, así como otros acuerdos puntuales con plataformas sectoriales especializadas tanto B2B como B2C, aunque con un especial énfasis en las primeras

(moda, cosmética, alimentos...) para favorecer el posicionamiento en ellas de las empresas españolas, integrando sus estrategias de promoción online y offline, como se explicaba anteriormente.

En tercer lugar, **ICEX** facilitará a las empresas el acceso a asesoramiento, contactos e instrumentos que les puedan ayudar a **integrar las nuevas tecnologías en sus herramientas de marketing y procesos internos**. Así, el programa estrella de consultoría estratégica para pymes, **ICEX Next**, incluye ya módulos específicos para asesoramiento a las empresas participantes en terrenos como la transformación digital de la empresa, o el desarrollo de un plan de marketing digital. En 2021, se espera poder retomar el programa Digital X Borders, dirigido a formar en estas tecnologías a CEOs de empresas en 25 ciudades españolas. Asimismo, se desarrollarán programas específicos por sectores productivos para guiar a las empresas en la gestión de la digitalización como herramienta de internacionalización, como por ejemplo el programa Global Through Innovation, desarrollado con la asociación FICE.

Asimismo, **ICEX** continuará reforzando la promoción internacional de los diferentes verticales que componen la economía digital. Se optimizará la presencia de nuestras empresas en los principales foros internacionales en esta materia, impulsándose además las alianzas en este marco como con entidades especializadas como la anteriormente mencionada con **Red.es** para el desarrollo de misiones, jornadas o presencia en ferias internacionales.

Por otra parte, **desde el ángulo de la política comercial de la UE y con el objetivo de que la empresa española pueda aprovechar al máximo las oportunidades que ofrece la transformación digital**, seguiremos defendiendo medidas como la inclusión en los acuerdos comerciales de la UE de disposiciones sobre el flujo de datos transfronterizo, validez de la firma y autenticación electrónica, no imposición de aranceles a las transmisiones electrónicas, no autorización previa al suministro de servicios por vía electrónica, mismo trato a los contratos electrónicos, protección al consumidor on-line, medidas para minimizar el spam, entre otras, que faciliten el comercio digital siempre teniendo en cuenta la protección de la privacidad de los datos personales como Derecho Fundamental para la UE y otros objetivos legítimos de política pública como el seguimiento de estándares internacionales en materia de ciberseguridad.

Asimismo, se participará activamente en los trabajos relativos al comercio digital que se están desarrollando en el ámbito multilateral en la OCDE, el G20 y la OMC.

Por su parte, **la Cámara de Comercio de España impulsará programas y servicios de apoyo para que las empresas puedan aprovechar las posibilidades que ofrece la tecnología y los canales digitales en sus procesos de internacionalización**. La digitalización de las empresas se convierte en un objetivo prioritario para su internacionalización y **Cámara de Comercio de España** desarrollará programas individuales de asesoramiento y ayudas en los siguientes campos:

- 1) Marketing digital internacional: promoción online de las empresas y sus productos en los mercados exteriores objetivo de las empresas.
- 2) Internacionalización de las empresas a través del ecommerce en los mercados internacionales: potenciación de empresas y productos españoles en marketplaces internacionales y de tiendas online españolas en mercados internacionales.
- 3.— Capacitación empresarial

sobre la digitalización en los modelos de negocio de las empresas a través de programas de jornadas y seminarios específicos sobre digitalización.

2.4 CONTRIBUIR A LA DIGITALIZACIÓN DE LAS PYMES Y EL EMPRENDIMIENTO DIGITAL

El **Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia** se apoya en cuatro ejes transversales, y uno de ellos es la transformación digital. La digitalización de las pymes y el emprendimiento digital se consideran vectores de la transformación de la economía. En este sentido, desde la **Secretaría de Estado de Comercio se ha comprobado que es necesario adaptar los instrumentos de la política comercial y de apoyo a la internacionalización de las empresas, en especial de las pymes, para que sean más eficaces, inclusivos y sostenibles social y medioambientalmente, así como para analizar y fortalecer el ecosistema emprendedor español.**

En el Plan de Recuperación se incluye un **Programa de apoyo a la internacionalización de la pyme que recoge un conjunto de inversiones y medidas, con una dotación de 12,95 millones de euros, que permitan reforzar mediante la digitalización las capacidades e instrumentos del sistema español de apoyo a la exportación, internacionalización e inversión exterior.** En particular, se van a llevar a cabo medidas para impulsar la digitalización de los servicios de la administración para el apoyo a la internacionalización mediante el desarrollo de herramientas de Big data y modelización, refuerzo de los servicios de control y seguimiento de inversiones internacionales para agilizar los procedimientos, modernización de servicios de apoyo exterior, avanzar en la digitalización de los procedimientos del Servicio de Inspección SOIVRE para el control de mercancías objeto de comercio exterior y para otros procedimientos de emisión de certificación de comercio exterior así como modernizar y reforzar la red de laboratorios de comercio exterior de referencia e impulsar la digitalización de ICEX (Digital ICEX), incluyendo el impulso de un Campus Digital ICEX.

Cabe destacar el plan de digitalización e innovación de las **Cámaras Oficiales de Comercio Españolas en el extranjero**, que resultará crucial para proveerlas de los instrumentos necesarios y no sólo continuar con su misión sin hacerla más eficiente.

El plan apunta a los siguientes objetivos:

- Proveer de conectividad a las empresas españolas presentes en la demarcación de cada Cámara.
- Dar la visibilidad a las empresas en un contexto de repliegue físico de las empresas en los mercados exteriores.
- Ampliar y diversificar el catálogo de los servicios ofrecidos a las empresas.
- Sistematización, centralización e integración de la información.
- Recopilación, procesamiento, acceso y almacenaje de datos íntegramente digital para su aplicación en la red de contactos institucionales locales.

Gracias al plan, las Cámaras mejorarán su capacidad en términos de conectividad, tratamiento e interpretación de datos a mayor escala (big data), podrán desarrollar nuevos formatos de negocio,

tomando ventaja en la generación de oportunidades y de contenidos de mayor valor y les permitirá prever la desinformación o mala información.

Asimismo, el Plan de Recuperación recoge el programa **SpAIIn Talent Hub**, mencionado anteriormente, dotado con 21,4 millones de euros, con acciones orientadas a la potenciación de capacidades digitales en IA, la atracción del talento internacional y la retención del talento nacional en el ámbito de la Inteligencia Artificial.

En el ámbito de la **ciberseguridad**, el Plan de Recuperación recoge actuaciones, dotadas con un presupuesto de 8 millones de euros, para contribuir al impulso del sector en el espacio europeo, a través de la participación activa en la Red europea de centros espejo, la ejecución de proyectos con Financiación Europea para desarrollo de capacidades comunes a nivel europeo, la ejecución de proyectos de tipo financiación cascada para que se beneficien entidades españolas o la activación de acciones de soporte y estudios como centro de coordinación nacional.



EJE 3

DESARROLLO DE TALENTO PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN

EJE 3: DESARROLLO DE TALENTO PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN

3.1 POTENCIAR LA FORMACIÓN EN INTERNACIONALIZACIÓN UTILIZANDO LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

La oferta de **ICEX-CECO** de cursos y másteres relacionados con la internacionalización es muy amplia. Durante el estado de alarma se ha hecho un enorme esfuerzo, además, para que gran parte de la oferta sea gratuita para colectivos de personas y/o empresas especialmente afectadas por la crisis.

En 2021 y 2022, a través de **ICEX-CECO**, se va a continuar promoviendo los **programas especializados en negocios digitales, sostenibilidad y mercados multilaterales** y se va a impulsar una nueva línea de **programas de formación en Transporte, Logística y Cadena de Suministro Internacional**, en atención a las necesidades nuevas del mercado.

Asimismo, se va digitalizar la oferta formativa, **diseñando, e implementando un nuevo Campus Virtual ICEX**, que recoja en una única plataforma digital todos los contenidos disponibles para la formación y capacitación de profesionales de empresas en materia de internacionalización.

Este portal también atenderá las necesidades propias de la preparación de oposiciones a los cuerpos de la Administración General del Estado especializados en la elaboración y ejecución de las políticas económica y comercial del Estado, así como en la internacionalización de las empresas españolas.

Paralelamente, **ICEX** continuará desarrollando programas específicos en un formato masivo y abierto, destinados a colectivos de profesionales interesados en la internacionalización de sus empresas, ampliando la oferta formativa con un nuevo **MOOC sobre la Empresa en la Economía Digital Global**, así como con los siguientes nano-cursos online masivos, abiertos, especializados (NOOC), que continuarán desarrollándose a lo largo del 2021:

- Identificación de proyectos en instituciones multilaterales: BM y BID.
- Entender el Brexit y sus desafíos.
- Neoproteccionismo, guerras comerciales y el futuro del sistema global de comercio.

Estos programas se complementarán con el primer NOOC en Internacionalización Sostenible, que servirá para reforzar la estrategia de ICEX en el marco de la **Agenda 2030** y avanzar en el reto de formar y sensibilizar a las empresas en el ámbito de la sostenibilidad.

ICEX también continuará atrayendo talento y expertos para la internacionalización, promoviendo el **Programa de Becas**, que acaba de adaptarse a la Ley General de Subvenciones. Tras un 2020 marcado por las medidas extraordinarias adoptadas por el Covid-19, entre las que destacan la adaptación de la formación de los becarios de presencial a online y una ampliación de la cofinanciación de ICEX de hasta un 75% para las pymes que estén acogiendo a becarios para desarrollar su Fase II, si la situación derivada de la crisis continúa, se estudiarán nuevas vías para transformar el plan de formación inicial a las nuevas circunstancias y se estudiará la adaptación de esta fase de prácticas en

empresas para minimizar los efectos de esta crisis sobre las pymes en proceso de internacionalización y sobre los becarios asignados a ellas. También se irán introduciendo criterios de elegibilidad de empresas de sectores de la economía digital, economía verde y con planes de formación con impacto sobre aspectos medioambientales y sociales recogidos en los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

ICEX continuará apoyando **ICEX Alumni**, que es la asociación de ex becarios ICEX, que ya representa un conjunto de más de 6.500 profesionales con talento, formación y experiencia, repartidos por todo el mundo. Tiene por finalidad promover el encuentro y crear sinergias entre sus miembros, así como acompañarlos en el desarrollo de su carrera profesional mediante la formación y el apoyo constante, así como la difusión de productos o servicios que puedan aportar valor añadido a su carrera profesional y empresarial. La plataforma www.icexalumni.com cuenta ya con más de **2.700 ex becarios**, repartidos por **80 países**. ICEX Alumni cuenta con una serie de clubs para agrupar a los ex becarios en función de su área de interés y geográfica, destacando el **Club de Mujeres** que tiene como misión fomentar la participación y dar mayor visibilidad a la mujer en sectores de internacionalización de la economía española.

Asimismo, se favorecerán las prácticas académicas en **ICEX y en la Red de Direcciones Territoriales y Provinciales de Comercio** a través del **programa de prácticas para estudiantes universitarios**, destinado a impulsar las primeras experiencias profesionales en el seno de los servicios públicos, incrementando el número de universidades colaboradoras, así como el número de plazas y colectivos. Actualmente, ICEX tiene convenios con más de 30 universidades españolas y hasta la fecha han pasado por este programa más de 250 estudiantes.

ICEX también tiene previsto el lanzamiento en 2022 del **Programa VIVES** para facilitar el acceso al mercado laboral través de prácticas en empresas ya internacionalizadas. Este programa puede contemplarse como una experiencia de política activa de empleo, ejemplo de colaboración público-privada, donde se cubran las necesidades de empresas con proyectos de internacionalización digital y sostenible, y mejorando la cohesión social a través de la formación que recibirán las personas que acceden a estas prácticas. La inversión consiste en ayudas económicas a los empleados en prácticas internacionales en empresas por un importe medio de 30.000 euros al año y un número estimado de 2.000 contratos de un año de duración media en los años 2022 y 2023. Las ayudas financiadas con fondos europeos solo se realizan durante estos dos años y servirán para el arranque del programa y su difusión. Otros países como Francia cuentan con el programa VIE (Volontariat international en entreprise, <https://www.businessfrance.fr/vie-home>) de gran éxito en la formación de directivos y ejecutivos con experiencia internacional.

Los principales retos a los que se enfrenta este programa son:

- Las empresas con una proyección creciente en el exterior no encuentran suficientes ejecutivos y directivos cualificados en la gestión internacional.
- Los jóvenes españoles no cuentan con muchas oportunidades para adquirir esa experiencia internacional que requiere la empresa.
- El problema del paro juvenil en España afecta también a jóvenes universitarios de entre 24 y 35 años en el acceso a su primer empleo, problema que se ha agravado con la actual crisis del Covid-19.

Por su parte, **el sistema universitario español** seguirá contribuyendo a la formación de profesionales de las diversas ramas del saber, directivos y cuadros a partir de los diferentes **Grados y Másteres que se ofertan, más de ocho mil distribuidos entre las 87 instituciones universitarias**. Dentro de ellos, existe una amplia gama de formación ligada a la economía, el marketing, la logística, las relaciones comerciales y políticas internacionales, las nuevas tecnologías de la información y la comunicación y los sectores productivos, la gestión empresarial y de organizaciones, y de la gestión de talento y recursos humanos.

3.2 FOMENTAR LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS UNIVERSIDADES ESPAÑOLAS

El Ministerio de Universidades está trabajando en elaborar un Plan Estratégico y Operativo de Internacionalización del Sistema Universitario Español, que abarque el período 2021 a 2027, como continuación del anterior plan, aunque aportando cambios significativos en su enfoque.

El sistema universitario español ha realizado un importante esfuerzo de apertura hacia el exterior, tanto en el terreno docente como en el investigador, a través de, entre otros:

- la formulación de títulos con otras universidades extranjeras,
- la creciente presencia de artículos españoles en las principales revistas científicas mundiales,
- la realización de proyectos de investigación conjuntos con grupos e institutos de otros países.
- o la movilidad de estudiantes a través de programas como el Erasmus (ahora Erasmus+), y otros similares.

Sin embargo, el contexto de globalización acelerado del conocimiento que actualmente experimentamos requiere que España redoble su esfuerzo para que su sistema universitario desempeñe un significativo papel en el escenario mundial. En este contexto, el nuevo Plan Estratégico y Operativo de Internacionalización del Sistema Universitario se convierte en una gran oportunidad y un gran reto. Así, el conocimiento científico y tecnológico puede, y debe, ser un motor de transformación del tejido productivo español, de sus empresas y organizaciones, para fortalecer su capacidad de competitividad actual y futura en mercados mundiales cada vez más globalizados y complejizados.

El proceso de internacionalización, entendido como una necesidad estratégica, debe ser acometido partiendo de **cinco principios fundamentales, a partir de los cuáles se articula el Plan Estratégico y Operativo**, que son los siguientes:

- Requiere de una visión holística y consensuada del proceso de internacionalización.
- Contempla a la Unión Europea como ámbito preferente de internacionalización de nuestro sistema de universidades, si bien juntamente con América Latina, EEUU, China y África.
- Conjuga la apuesta política por la participación en los grandes proyectos docentes y de investigación, con el impulso decidido y efectivo de proyectos internacionales más específicos y de menor escala en los diversos ámbitos del conocimiento científico, tecnológico, humanístico y cultural.

- Define la movilidad significativa del estudiantado y del personal de administración y servicios y, sobre todo, del PDI, como el factor clave del éxito de la internacionalización.
- Necesita movilizar recursos acordes con la trascendencia del reto de internacionalizar, y similares a la inversión que en este terreno realizan los países europeos más avanzados.

Una vez establecidos estos ejes estratégicos, será necesario planificar un plan operativo que los vehicule a través de programas específicos de actuación. Para lo cual, será ineludible delimitar sus ámbitos de actuación, su temporalidad, sus actores y sus responsables, sus mecanismos de gobernanza y financiación, y las formas tanto de medición de resultados y como de rendición pública de cuentas.

Este planteamiento conjuga un nuevo enfoque global con la potenciación de los trabajos que en este terreno se vienen desempeñando de forma colaborativa con las propias universidades, **el SEPIE, el ICEX, el Ministerio de Ciencia e Innovación, la AECID del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación, la SEGIB, la Organización de Estados Iberoamericanos, y el Ministerio de Educación y Formación Profesional.**

Por su parte, desde **ICEX** se potenciará la **colaboración en materia de internacionalización de las empresas e instituciones educativas españolas**, para mejorar la presencia y la imagen del sistema educativo español en todo tipo de **ferias y eventos de promoción educativa** y captación de estudiantes internacionales, incluyendo las **coorganizadas con el SEPIE**, en particular aquellas incluidas en los planes anuales de promoción del **programa Estudiar en España (Study in Spain)**. También colaborará con el propio **SEPIE** y con **Turespaña** en la promoción online del sector, a través del portal conjunto www.studyinSpain.info, cuyo relanzamiento está previsto en breve.

Asimismo, se fomentará la **colaboración con las iniciativas llevadas a cabo por el programa de ferias de Study in Europe** de la Comisión Europea, *Directorate General for Education and Culture for the European Union*. Dicha colaboración deberá ser liderada por **SEPIE** con apoyo, en su caso, de **ICEX y de la red exterior de Oficinas Económicas y Comerciales de la Secretaría de Estado de Comercio.**

ICEX también explorará, conjuntamente con el **SEPIE**, iniciativas que combinen la promoción internacional del sistema educativo español con la formación de talento en terceros países, que pueda servir de cantera para las necesidades de las filiales en el exterior de empresas españolas. En 2020-2021 se ha desarrollado ya un programa de este tipo (Young Generation as Change Agents), con fondos de la Comisión Europea y en colaboración con Naciones Unidas, con estudiantes marroquíes que han desarrollado un Master en Universidades españolas, y se buscará la extensión de este modelo a otros países con importante presencia de empresas españolas.

3.3 FOMENTAR PROGRAMAS DE ESTUDIANTES EN PRÁCTICAS EN EL ÁMBITO DE LA INTERNACIONALIZACIÓN

El **Ministerio de Universidades** continuará expandiendo los programas de estudiantes en prácticas en el ámbito de la internacionalización. Asimismo, promoverá el aumento de la demanda y la participación en el marco del programa **Erasmus+ de la Unión Europea**.

3.4 IMPULSAR EL PROGRAMA DE MOVILIDAD INTERNACIONAL PARA LA ATRACCIÓN DE TALENTO

Por lo que se refiere al **programa de movilidad internacional para la atracción de talento**, la **Administración española** continuará dando a conocer el marco normativo de la Ley 14/2013, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización, a través de la actualización de la web, de la publicación de folletos y de la creación de nuevos programas de comunicación. Esta ley busca, entre otros objetivos, facilitar la entrada y residencia en nuestro país de profesionales altamente cualificados, emprendedores, trasladados intraempresariales, investigadores e inversores extranjeros, así como a los estudiantes internacionales. **Los Ministerios de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones, Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación, Educación y Formación profesional, Universidades (a través de SEPIE), e Industria, Comercio y Turismo, (a través de la Secretaría de Estado de Comercio)** trabajarán conjuntamente para difundir esta ley y las oportunidades que ofrece.

En particular, la **Secretaría de Estado de Migraciones** realizará las siguientes acciones:

- 1) Continuará **tramitando las autorizaciones de residencia** de inversores, emprendedores, profesionales altamente cualificados, de investigadores y trabajadores que efectúen movimientos intraempresariales en colaboración con las Embajadas y Consulados de España para la tramitación de los oportunos visados. Además, se tramitarán las nuevas autorizaciones para aquellos estudiantes internacionales que finalicen sus estudios en España y quieran buscar empleo o lanzar un proyecto empresarial en nuestro país.
- 2) Impulsará la negociación y firma de Memorandos de Entendimiento sobre movilidad internacional (que se sumarán a los ya firmados con México y Paraguay), y Acuerdos de movilidad de jóvenes (como los ya firmados con Argentina, Australia, Canadá, República de Corea, Japón y Nueva Zelanda).
- 3) Impulsará como organismo de enlace la puesta en Convenio Marco para el Impulso de la Circulación del Talento en el Espacio Iberoamericano.
- 4) Seguirá fomentado activamente el papel de España en las iniciativas que se debaten en el contexto de la UE, en concreto en el marco del Nuevo Pacto de Migración y Asilo, para fomentar la movilidad internacional, destacando:
 - La conclusión de la revisión de la **Directiva Blue Card**, que permite a los ciudadanos no comunitarios altamente cualificados trabajar y vivir en la Unión Europea y posterior trasposición.
 - La flexibilización y simplificación de los trámites administrativos relativos a los requisitos de entrada y residencia de los nacionales de países terceros con fines de investigación, estudios, prácticas, voluntariado, programas de intercambio de alumnos

o proyectos educativos, medida derivada de la transposición de la Directiva (UE) 2016/801 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de mayo de 2016 al ordenamiento jurídico español.

Junto con el SEPIE, fomentarán los programas de movilidad laboral internacional, especialmente los dirigidos a los jóvenes, con el fin de que nuestro país disponga de unos recursos humanos mejor preparados para acompañar a las empresas españolas en sus procesos de internacionalización. El SEPIE, a su vez, mantendrá las sinergias existentes con otras redes europeas tales como EURES y Europass, encaminadas a favorecer la movilidad laboral en Europa mediante servicios que proporcionan refuerzo y ayuda a los trabajadores y a los empleadores.

Corresponderán al **Ministerio de Trabajo y Economía Social**, a través de la **Secretaría de Estado de Empleo y de Economía Social** y del **Servicio Público de Empleo Estatal, O.A.**, adscrito a esta última, las siguientes funciones:

- 1) Colaborar en la puesta en práctica de los trámites del sistema para la **admisión de organizaciones como miembros y socios de EURES** que incluyen la definición, requisitos y criterios de admisión. EURES es la red Europea de Servicios de Empleo para el fomento de la movilidad profesional, que apoya a los trabajadores y a los empleadores en la búsqueda de empleos y en la contratación. Son destacables dentro de la red EURES los programas piloto de algunas Comunidades Autónomas que establecen y desarrollan estrategias de retorno o movilidad reversible para aquellos trabajadores que deseen reincorporarse al mercado de trabajo español después de haber ejercido en otro país europeo.
- 2) Continuará fomentando la movilidad internacional a través del **portal Empléate** que recoge ofertas de empleo públicas y privadas y que da cabida a ofertas de puestos de trabajo internacionales.



EJE 4

APROVECHAR MEJOR LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO DERIVADAS DE LA APERTURA DE LOS MERCADOS POR LA POLÍTICA COMERCIAL COMÚN Y DE LA FINANCIACIÓN DE LAS INSTITUCIONES FINANCIERAS INTERNACIONALES, LA UNIÓN EUROPEA Y OTROS ORGANISMOS INTERNACIONALES

EJE 4: APROVECHAR MEJOR LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO DERIVADAS DE LA APERTURA DE LOS MERCADOS POR LA POLÍTICA COMERCIAL COMÚN Y DE LA FINANCIACIÓN DE LAS INSTITUCIONES FINANCIERAS INTERNACIONALES, LA UNIÓN EUROPEA Y OTROS ORGANISMOS INTERNACIONALES

4.1 TRABAJAR PARA QUE LAS EMPRESAS PUEDAN CONTAR CON MERCADOS CADA VEZ MÁS ABIERTOS EN CONDICIONES DE COMPETENCIA LEAL.

Continuaremos defendiendo los beneficios de la apertura comercial para nuestras empresas, trabajadores y consumidores, al mismo tiempo que reforzamos nuestra resiliencia.

España ha apoyado el ejercicio de Revisión de la Política Comercial presentada por la Comisión en febrero de 2012, con su visión de una “Autonomía Estratégica Abierta”, centrada en el fortalecimiento de la capacidad de la UE para defender los intereses de sus operadores económicos, en el plano multilateral, con la reforma de la OMC como eje central; en el plano bilateral, centrado en mejorar la resiliencia de las CVG a través de la negociación e implementación de acuerdos comerciales bilaterales; y en el ámbito interno, enfocado en la adopción de diferentes instrumentos y mejorar de este modo la capacidad de la UE para defender sus intereses.

También defiende las medidas enfocadas en aumentar la resiliencia de la UE, el apoyo a las PYMES, el desarrollo sostenible y la política ambiental, la introducción en la política comercial de un enfoque más sensible a las cuestiones de género que garantice la equidad y la igualdad de condiciones. Igualmente, desde el punto de vista geoestratégico, considera importante trabajar con EEUU y mantener un diálogo activo con China, compatible con el desarrollo de instrumentos autónomos para la defensa de los intereses y valores comunitarios; y reforzar las relaciones con América Latina, tanto en la OMC donde pueden ser aliados estratégicos como en las relaciones bilaterales.

Se impulsará el fortalecimiento del sistema multilateral de comercio con una activa participación en foros como la OMC, la OCDE y el G20.

En el complicado contexto internacional, agravado por la crisis del Covid-19, es necesario hacer un esfuerzo para reforzar la coordinación y coherencia de las políticas en los principales foros en los que se debaten temas claves del comercio. España trabajará en el marco del G20 para impulsar iniciativas que contribuyan a reforzar el sistema multilateral de comercio. En el marco de la OCDE, también participará activamente en los debates que se desarrollen en temas clave para el comercio del siglo XXI, como la tasa digital y el mecanismo de ajuste de carbono en frontera. Además, España contribuirá, a través de la UE, con iniciativas que permitan fortalecer la OMC como la institución central del sistema multilateral de comercio, sostenible, inclusivo y basado en normas.

Se contribuirá al proceso de reforma de la OMC para abordar cuestiones esenciales como rediseñar un sistema de solución de diferencias con dos niveles, independiente y vinculante, trabajar para lograr la igualdad de condiciones de competencia (level playing field), encontrar una solución a la cuestión del desarrollo y el Trato Especial y Diferenciado y

favorecer iniciativas concretas como la de comercio electrónico.

La UE está impulsando el proceso de reforma de la OMC con el objetivo de mantener y reforzar su pertinencia y hacerla más eficaz. Estos esfuerzos han cobrado aún más importancia debido a la pandemia del Covid-19. La Secretaría de Estado de Comercio participa activamente en este proceso, impulsando, en el seno de la UE, un debate estratégico sobre cómo lograr una reforma efectiva de la OMC.

La OMC requiere un nuevo impulso, una reforma y modernización mediante la adaptación de sus normas a la realidad del comercio internacional y la elaboración de nuevas reglas y disciplinas, en nuevas áreas, que permitan afrontar los retos globales, como los medioambientales y de sostenibilidad, incorporando el concepto de inclusividad en todas las deliberaciones.

España seguirá apoyando la transparencia en la OMC, la reforma del Trato Especial y Diferenciado y las iniciativas plurilaterales de comercio electrónico, reglamentación nacional y comercio y género, comercio y pymes, comercio y salud, entre otras. España apoyará la reanudación de los trabajos en el seno de la Cooperación Trilateral con Estados Unidos y Japón para avanzar en las negociaciones sobre subvenciones industriales. Igualmente, avances en el ámbito de la igualdad de condiciones en la OMC.

La iniciativa de comercio y salud es especialmente relevante en el contexto post-Covid-19. En el ámbito de la OMC, España apoyará reforzar la cooperación y colaboración para abordar esta emergencia sanitaria y contribuir a aumentar la capacidad de producción mundial de vacunas, fomentando acuerdos de transferencia de tecnología, y resolver los problemas de suministro y distribución de vacunas a los países en desarrollo, a través de la iniciativa COVAX de la OMS.

Se trabajará para aumentar la diversificación de las cadenas de suministro y por tanto para aumentar su resiliencia, a través de la negociación y conclusión de nuevos acuerdos comerciales y la completa implementación de los existentes.

Asegurar el acceso a un mercado preferencial diversificado contribuye a lograr una mayor resiliencia para las empresas españolas y comunitarias y es uno de los pilares de la "autonomía estratégica abierta". En ese ámbito, es importante el impulso de la firma de los acuerdos comerciales, así como su correcta implementación.

Para ello, la UE debe desarrollar medidas de gobernanza internacional que apoyen la estabilidad y la previsibilidad, promoviendo acuerdos comerciales multilaterales, plurilaterales y bilaterales con importantes efectos spill-over en otras áreas de la política económica. En los próximos años, más que nunca, será esencial que la economía de la UE se beneficie de las oportunidades de crecimiento fuera de nuestras fronteras.

Por ello, España seguirá trabajando para hacer cumplir los acuerdos de la UE, de manera que sean plenamente efectivos para las empresas españolas (por ejemplo, los acuerdos con Japón, Vietnam y Singapur); finalizar los procesos de firma y ratificación de acuerdos comerciales como Mercosur y México, para su entrada en vigor lo antes posible; y continuar impulsando las negociaciones de

la renovación del acuerdo con Chile, que será, además, el primer acuerdo comercial de la UE que prevé un capítulo específico sobre género y nuevas negociaciones con otros socios.

Los acuerdos comerciales mandan una clara señal al mundo en favor de un comercio libre, justo, sostenible, basado no sólo en reglas, sino también en valores. Esto es especialmente notable en el caso del Acuerdo UE - Mercosur, que actuará como herramienta para fomentar la cooperación política y económica entre la UE y Mercosur en una amplia gama de ámbitos como el desarrollo sostenible, los derechos humanos, las cuestiones fiscales, la lucha contra el blanqueo de dinero y la ciberdelincuencia, entre otros.

España seguirá promoviendo la elaboración de estudios de impacto económico, así como de sostenibilidad, que analicen los efectos de los Acuerdos ex ante y ex post sobre la economía tanto a nivel nacional como en el seno de la UE. La Secretaría de Estado de Comercio ha realizado estudios de impacto, como el del acuerdo comercial con Mercosur, que ponen de manifiesto el potencial de estos acuerdos para el crecimiento del PIB. Este estudio, estima un efecto positivo del acuerdo UE-Mercosur sobre el PIB de ambas partes y que, en el caso de España, se aproximaría a un 0,3% del PIB.

La Secretaría de Estado de Comercio desarrollará las herramientas precisas para reforzar su capacidad de análisis de los instrumentos de política comercial.

Se impulsarán las relaciones con EEUU mediante una nueva agenda transatlántica constructiva.

Existe una fuerte alineación de intereses estratégicos y valores compartidos entre la UE y Estados Unidos. La densidad y la apertura del comercio y la inversión transatlántica generan millones de puestos de trabajo y conforman gran parte de la economía mundial.

España apoya reforzar las relaciones con la Administración Biden, centrándose en los ámbitos en los que convergen los intereses de la UE y de EE.UU., en los que se puede aprovechar mejor nuestra influencia colectiva y en los que se requiere un liderazgo global, con especial atención a la nueva agenda verde y de lucha contra el cambio climático propuesta por la Administración Biden y en consonancia con la política europea. Además, España seguirá trabajando para resolver disputas comerciales, como el conflicto Airbus-Boeing; los aranceles estadounidenses sobre el acero y el aluminio, el procedimiento antidumping y anti-subsidios de la aceituna negra o la cuestión del Impuesto Digital; mejorar nuestra cooperación en áreas de interés mutuo (trabajar por unos requisitos normativos compatibles y convergentes en las tecnologías emergentes y verdes); impulsar la reforma del sistema multilateral de comercio y; coordinar nuestras respuestas para evitar distorsiones comerciales que harían más costosa la lucha contra la pandemia y, al mismo tiempo, sentar las bases del comercio resistente, justo y abierto del futuro.

Además, dada la relevancia del nuevo plan de inversión en infraestructuras en EEUU presentado por la administración Biden para los próximos años (con recursos de hasta 2 billones de dólares), España trabajará en las líneas de refuerzo necesarias para asegurar la participación de las empresas españolas del sector de la construcción, de las concesiones y del transporte en dicho plan. Actualmente, Estados Unidos es uno de los principales mercados exteriores para las empresas españolas, donde

los constructores españoles acumulan casi un tercio del total de la facturación de proyectos en los que participan contratistas internacionales. Así lo muestran las cifras, dado que entre 2015 y 2020, equipos liderados o integrados por empresas españolas y/o sus filiales han conseguido proyectos por valor de 43.800 millones de dólares. Incluso en un año tan difícil como el año 2020, las empresas españolas han asumido proyectos por valor de 7.000 millones de dólares. También es un mercado muy importante para las empresas del sector público español. En concreto, AENA está presente en la gestión de diferentes aeropuertos internacionales de Reino Unido, Brasil, México, Jamaica y Colombia y por otro lado RENFE como empresa de servicios ferroviarios que recientemente ha iniciado la operación como gestor en la sombra de la línea de alta velocidad Dallas-Houston.

Potenciaremos los aspectos de desarrollo sostenible, pymes y género en la política comercial de la UE, de acuerdo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible y la Agenda 2030.

España seguirá trabajando para que sus prioridades políticas de sostenibilidad, pymes e igualdad de género sean elementos transversales de la política comercial de la UE. Estos se refieren especialmente a la lucha contra el cambio climático y la degradación medioambiental, en línea con el Green Deal de la UE, como nueva estrategia de crecimiento sostenible, el cumplimiento efectivo del Acuerdo de París, la lucha contra la deforestación, la preservación de la biodiversidad y la firma y cumplimiento de los convenios de la OIT. La política comercial de la UE también debe garantizar la igualdad de oportunidades para las mujeres y promover condiciones de trabajo decentes e igualitarias, en línea con el III Plan de Acción de Género de la UE, así como tener en especial consideración las necesidades específicas de las pymes. La estrategia de la UE debe tener en cuenta estos elementos y encontrar el equilibrio con otros objetivos de la política comercial, como es generar oportunidades económicas y de bienestar, fomentando alianzas estratégicas, con el fin de la Agenda 2030 de no dejar a nadie atrás.

Se impulsará el refuerzo de las actividades de información e implementación de los acuerdos comerciales que la UE tiene firmados con terceros países.

España impulsará los trabajos en las dos áreas principales de la implementación de los ALC: el uso de los acuerdos por parte de las empresas y la sociedad civil, y el cumplimiento de los acuerdos por parte de nuestros socios comerciales. En cuanto a la primera, la Secretaría de Estado de Comercio realizará un estudio para conocer mejor el grado de aprovechamiento de las empresas españolas de las preferencias arancelarias asociadas a los acuerdos, así como los motivos que lo dificulten, con el fin de identificar medidas que lo mejoren. Además, se intensificarán las acciones de comunicación y divulgación de las ventajas y oportunidades de los acuerdos comerciales.

En cuanto a la segunda área de trabajo, España instará a la Comisión para ser más asertiva ante el incumplimiento de los acuerdos por parte de terceros países. Además, pondrá en marcha sus canales diplomáticos para tratar de resolver los conflictos. Esta línea de actuación es cada vez más importante en el actual escenario internacional. En este sentido, España apoya el enfoque reforzado de la Comisión sobre la aplicación y el cumplimiento de los acuerdos comerciales mediante actuaciones como la creación de la figura del Chief Trade Enforcement Officer o Jefe implementador, el lanzamiento de solución de diferencias, los trabajos en marcha para establecer nuevos instrumentos jurídicos en el ámbito de la política comercial para proteger a la UE de posibles acciones coercitivas

de terceros países y para hacer frente a las distorsiones causadas por las subvenciones extranjeras en el mercado interior de la UE, o la modificación del Reglamento de la UE sobre el ejercicio de los derechos de la UE para aplicar y cumplir las normas comerciales internacionales (Reglamento de implementación) para poder actuar ante medidas ilegales de un tercer país en situaciones en las que los procedimientos de solución de diferencias han sido bloqueados.

Por último, para una correcta implementación de los acuerdos comerciales, es necesario luchar contra los incumplimientos en forma de barreras comerciales, tanto en el marco de acuerdos bilaterales como en el marco de los acuerdos de la OMC. España intensificará los esfuerzos para una pronta detección de barreras comerciales y una eficaz resolución de las mismas. Para ello, hará uso tanto de instrumentos propios (actuaciones a nivel técnico y acción diplomática) como comunitarios (actuación conjunta con la Comisión a través de diferentes comités —TBT, SPS, Acceso a Mercados— y de las Delegaciones de la UE).

Se articularán los intereses comerciales en el proceso de la diplomacia económica de España y de la UE.

La diplomacia económica, es decir las acciones emprendidas por los Estados para favorecer sus intereses económicos en el ámbito internacional, se ha convertido en una nueva palanca para articular los intereses económicos y comerciales en la acción diplomática, tanto de la política exterior del Estado como de la UE, a través del Servicio Europeo de Acción Exterior.

La Secretaría de Estado de Comercio, a través de este plan, buscará una mejor imbricación de los intereses comerciales de las empresas españolas en estos dos ámbitos de la acción diplomática, donde las delegaciones europeas en el exterior juegan un papel creciente.

Con ese objetivo, se intensificará el flujo de información y decisión entre los servicios centrales y la red de Oficinas Económicas y Comerciales en lo que se refiere a los aspectos de las negociaciones comerciales internacionales (OMC, OCDE, G20 y acuerdos regionales y bilaterales). De esta manera se podrá conformar de forma más efectiva la defensa de los intereses comerciales españoles. A este efecto, se colaborará estrechamente con el Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación, tanto en el ámbito de los servicios centrales como en el de la red de Embajadas.

Se aprovechará el Mecanismo de Recuperación y Resiliencia para la mejora y modernización del equipamiento de la red de laboratorios, así como todos los procesos telemáticos de la Secretaría de Estado en materia de emisión de certificados y licencias; y la puesta en marcha de un sistema de ayudas para apoyar al sector exterior en el acceso a mercados de mercados.

Conseguir un sector exterior más resistente a las crisis es un objetivo principal en el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia. Desde el punto de vista de la política comercial, el Plan puede ser una oportunidad importante para realizar determinadas mejoras como la digitalización de los procedimientos telemáticos de la SEC para el despacho aduanero o el apoyo a las empresas para las gestiones técnicas destinadas a la apertura de mercados.

Para ello, se acometerá la mejora y modernización del equipamiento de la red de laboratorios, así como todos los procesos telemáticos de la Secretaría de Estado en materia de emisión de certificados y licencias; y la puesta en marcha de un sistema de ayudas para apoyar al sector exterior en el acceso a mercados, así como para afrontar procesos de investigación de terceros países.

Se apoyará la reforma del Consenso de la OCDE para que asegure competencia leal.

Desde la crisis financiera de 2010, el apoyo financiero a la internacionalización se ha visto afectado por un incremento de la competencia, también en términos desleales. Nuevos agentes financieros y nuevas prácticas y estructuraciones financieras, en ocasiones al margen de las normas internacionales de apoyo financiero a la exportación con apoyo oficial, han motivado un ejercicio de revisión y modernización del Consenso de la OCDE. Esta revisión, que pasa por un incremento del apoyo oficial al gasto local o una revisión de los sistemas de apoyo a los tipos de interés (entre otras medidas), pretende dar respuesta a la necesidad de flexibilizar las normas aplicables a la financiación oficial a la exportación a medio y largo plazo.

Desde la Secretaría de Estado de Comercio, se seguirán apoyando las iniciativas de modernización del Consenso para que incluyan todas las facilidades de financiación a la exportación en un marco que asegure el “level playing field” para todos los agentes.

Se seguirán negociando APPRIs, CDIs y convenios sobre Seguridad Social.

Aunque el Tratado de Lisboa estableció la competencia exclusiva de la Unión Europea en lo que respecta a las inversiones extranjeras directas como parte de la política comercial común, los Estados Miembros mantienen vigentes los acuerdos negociados antes del Tratado de Lisboa y, bajo autorización de la Comisión Europea, siguen pudiendo negociar y firmar nuevos tratados para la protección recíproca de inversiones. Además, los Estados miembros colaboran e influyen en el nuevo diseño de la política comunitaria de inversiones. Actualmente España cuenta con 73 **Acuerdos de Promoción y Protección Recíproca de Inversiones (APPRIs)** en vigor. Con el objetivo de continuar promoviendo la protección recíproca de inversiones, España mantiene negociaciones para la firma de nuevos acuerdos y para la modernización de algunos en vigor. Cabe destacar, el proceso de modernización del APPRI con Colombia que se espera concluir en los próximos meses y contactos para nuevos acuerdos, entre otros, con Kenia y Costa de Marfil.

Desde la perspectiva fiscal, los **Convenios de Doble Imposición (CDI)** son un instrumento muy eficaz para fomentar la internacionalización de la empresa española, ya que establecen un marco de seguridad jurídica en el ámbito fiscal para las inversiones. También sirven para mejorar la rentabilidad fiscal de las inversiones en los países con los que exista este tipo de convenio.

El Ministerio de Hacienda centra su prioridad en la finalización del proceso de ratificación del Convenio multilateral o Instrumento Multilateral para aplicar las medidas relacionadas con los tratados fiscales para prevenir la erosión de las bases y el traslado de beneficios (CML).

El CML forma parte del proyecto BEPS (según el acrónimo en inglés de “Erosión de la base imponible y traslado de beneficios”) desarrollado en el seno de la OCDE y el G-20. El CML modifica, bajo ciertos

requisitos, todos los convenios para evitar la doble imposición y la prevención del fraude fiscal (CDIs) vigentes, incluidos los firmados por España. El CML permite la implementación del resultado de parte de los trabajos del Proyecto BEPS.

Asimismo, la actividad se centrará también en la renegociación de aquellos CDIs que no cumplan los nuevos estándares y que no estén incluidos en el ámbito del CML.

Los **convenios bilaterales de Seguridad Social** contribuyen a la internacionalización de la empresa, ya que establecen un marco normativo entre los estados que facilitan el desplazamiento de trabajadores y su protección social. España tiene en vigor 24 Convenios bilaterales de Seguridad Social⁴⁹, además del Convenio Multilateral Iberoamericano de Seguridad Social, aplicable en 12 países, y de los Reglamentos Comunitarios en materia de Seguridad Social aplicables en 31 países.

Respecto del Reino Unido, tras el BREXIT, la Unión Europea ha negociado dos Acuerdos Internacionales que garantizan la aplicación de las mismas reglas de coordinación de los sistemas de Seguridad Social con ese país, incluyendo el desplazamiento de trabajadores⁵⁰.

Se participará activamente en los trabajos que a nivel multilateral se están desarrollando en UNCTAD, CIADI, OCDE, UNCTAD, G20 y OMC para crear un Marco de Facilitación de Inversiones y un Tribunal Multilateral de Inversiones.

4.2 AUMENTAR LA CAPACIDAD DE INFLUENCIA DE ESPAÑA EN LAS INSTITUCIONES Y ORGANISMOS INTERNACIONALES

Se reforzarán las relaciones con las instituciones de la UE.

Para ello:

- Se reforzará la coordinación de las distintas áreas de la administración española ante la Comisión Europea y ante el Parlamento y el Consejo Económico y Social.
- Se mejorará la coordinación con los distintos servicios de la Comisión Europea que promueven actividades de internacionalización, para evitar solapamientos y duplicidades en la programación de actividades que restan impacto a nuestras actuaciones y repercuten negativamente en las pymes españolas⁵¹.
- Se llevarán a cabo reuniones periódicas con representantes de la Representación de la Comisión Europea en España.

⁴⁹ España ha firmado Convenios bilaterales con: Andorra, Argentina, Australia, Brasil, Cabo Verde, Canadá, Chile, China, Colombia, Corea, Ecuador, Estados Unidos, Filipinas, Japón, Marruecos, México, Paraguay, Perú, República Dominicana, Rusia, Túnez, Ucrania, Uruguay y Venezuela. El convenio con Senegal ha sido firmado, pero aún no se encuentra en vigor.

⁵⁰ ACUERDO sobre la retirada del Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte de la Unión Europea y de la Comunidad Europea de la Energía Atómica (DOUE 31/1/2020) y ACUERDO de Comercio y Cooperación entre la Unión Europea y la Comunidad Europea de la Energía Atómica, por una parte, y el Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte, por otra, que incluye un Protocolo de coordinación de los Sistemas de Seguridad Social.

⁵¹ Esta coordinación debe realizarse con apoyo del resto de Estados Miembros de la UE y de sus organismos de promoción comercial, en las respectivas instancias europeas destinadas a tal efecto.

Para incrementar nuestra influencia, es importante impulsar la presencia de profesionales españoles de alta cualificación en instituciones internacionales y comunitarias. Se fomentará la presencia de funcionarios y expertos españoles en las instituciones comunitarias, potenciando también los programas de corta duración para la formación de funcionarios en la Comisión, impulsando y dotando la presencia también en plazas claves sin coste para la Comisión.

4.3 AUMENTAR LA PARTICIPACIÓN DE EMPRESAS ESPAÑOLAS EN CONTRATOS DE LICITACIONES INTERNACIONALES

El Gobierno reforzará el apoyo a las empresas españolas en su participación en consorcios internacionales, a través de una actuación proactiva en instituciones internacionales y organismos multilaterales dedicados, entre otros aspectos, a la promoción de las infraestructuras, la movilidad y la agenda urbana, así como al ciclo integral del agua, como destacan el Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana, el Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico y, a nivel de su sector, el Ministerio de Defensa.

Se mejorará el acceso de nuestras empresas a las oportunidades de negocio vinculadas a la financiación de IFIs (Instituciones Financieras Internacionales), de la UE, de las agencias de Naciones Unidas, así como de otros organismos e instituciones financieras para el desarrollo.

Para ello es preciso:

- Proporcionar asesoramiento y formación a las empresas sobre instrumentos de financiación multilateral y procesos de licitación. ICEX-CECO ampliará la difusión del Master en Gestión de Proyectos Multilaterales y el Curso Avanzado en Licitaciones Multilaterales.
- Potenciar la mejora y el uso por parte de las empresas de las herramientas de gestión y difusión de información sobre proyectos y licitaciones internacionales — como el servicio de Oportunidades de Negocio de ICEX-. Se pondrán en marcha boletines específicos de información a empresas.
- Reforzar la información y asesoramiento sobre el acceso a la cofinanciación que ofrecen los fondos de la UE. Para ello, se intensificará la labor de la Antena Multilateral de ICEX en la Oficina Económica y Comercial de Bruselas en la difusión de la información sobre acceso de las empresas españolas a los fondos de la Acción Exterior de la UE por medio de webinarios o reuniones sectoriales.
- Se trabajará para aproximar a las empresas españolas proyectos a ser financiados por las IFIs, procurando facilitarles contacto con los decisores relevantes en Bancos, Gobiernos locales y agencias ejecutoras, además de Oficinas Económicas y Comerciales en los países receptores, y de Antenas ICEX y Oficinas en las ciudades con sedes de los Bancos. Esto se concretará tanto en Partenariados para el Desarrollo en los mercados de destino, como en jornadas.

- ICEX potenciará una línea de actuaciones con las principales agencias de Naciones Unidas y las Oficinas Económicas y Comerciales de los países con sedes de dichas agencias, donde se identifiquen oportunidades para las empresas españolas a través de Jornadas en España y Partenariados en países de destino. Los Partenariados para el Desarrollo, instrumento de ICEX para exploración en los países de destino de oportunidades multilaterales, incluirán una sección dedicada a la identificación de oportunidades derivadas de la financiación de las agencias del sistema de Naciones Unidas presentes en el país.
- Se apoyarán las misiones de personal de las IFIs a España, favoreciendo el contacto con la oferta privada española, identificando empresas y gestionando agendas de reuniones bilaterales.
- Se diseñará y pondrá en marcha un programa de ICEX especialmente dedicado al apoyo directo a pymes españolas en su concurrencia a licitaciones de IFIs y de agencias de NNUU, valorando especialmente los proyectos con mayor impacto en la consecución de los ODS.
- Para conocer con mayor antelación los proyectos en cartera de las IFIs y de la UE, se reforzará la coordinación entre los departamentos de la Administración del Estado y se promoverá una intensificación de los contactos entre las Oficinas Económicas y Comerciales y las Delegaciones de la Unión Europea y de las IFIs, así como su participación en la gestión y difusión de proyectos y licitaciones a través del servicio ICEX de Oportunidades de Negocio. Cabe destacar la constitución de un Grupo de Trabajo interministerial por decisión de CD-GAE para la optimización del uso de los recursos de la acción exterior de la Unión Europea. También cabe destacar el Grupo de Trabajo Multilateral que lidera ICEX con las CC AA, en el marco del CII. La labor de las Antenas Multilaterales ICEX se reforzará con un nuevo puesto en Abidján para la detección y seguimiento de proyectos del Banco Africano de Desarrollo y de otras IFIs activas en el continente, uniéndose a las ya existentes en Washington DC, Bruselas y Manila.
- Se ampliará la presencia de personal español en las IFIs, incluyendo becarios Fase II de ICEX, con especial atención a la presencia de organismos internacionales en África y Asia.
- El ICO continuará potenciando sus productos financieros destinados a impulsar la participación de empresas españolas en contratos de licitaciones internacionales, en particular a través del programa reforzado de avales técnicos y financieros, junto a la ampliación de las alianzas estratégicas con entidades financieras en terceros mercados a través del programa Canal Internacional.
- El Ministerio de Defensa señala la importancia de continuar impulsando la participación de empresas españolas en proyectos europeos incluidos en el Plan de Acción Europeo de Defensa (EDAP), cuya finalidad es promover una base europea tecnológica e industrial de defensa sólida y competitiva, promoviendo la cooperación entre empresas de los estados miembros.

Dicho ministerio participará en los grupos de trabajo interministeriales de alto nivel creados para fomentar la integración de las empresas españolas de defensa en consorcios industriales europeos, que se organicen para su participación en los proyectos en el ámbito del EDAP en el marco del Fondo Europeo de Defensa en el periodo 2021-27.

También impulsará la aprobación y desarrollo de los grandes programas de armamento como generadores de empleo de alta cualificación, y elementos tractores de toda la cadena auxiliar de suministros.

Además, se continuará con la labor de apoyo a la participación de las empresas en las licitaciones internacionales de la OTAN, particularmente en las generadas a través del Programa de Inversiones de Seguridad de la OTAN (NSIP). A este respecto, las empresas que manifiestan interés por alguna licitación son evaluadas y certificadas mediante la emisión de la Declaración de Elegibilidad, para que puedan presentar ofertas en condiciones de igualdad con las empresas de los restantes países miembros de la OTAN.

Asimismo, buscará incrementar la presencia de españoles en puestos de responsabilidad en los diferentes organismos europeos como la EDA (European Defence Agency), la OTAN y sus Agencias y la OCCAR (Organisation Conjointe de Coopération en matière d'Armement).

- En el ámbito de su competencia, el Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico resalta la necesidad de seguir impulsando la presencia de las empresas españolas en proyectos europeos y multinacionales relativos al ciclo integral del agua y de seguridad hídrica (recursos no convencionales y reutilización) al objeto de consolidar dicha base tecnológica y experiencial y su difusión como referente de éxito.

Se reforzarán las herramientas de inteligencia empresarial de la Secretaría de Estado de Comercio para profundizar en el conocimiento de las licitaciones internacionales y poder mejorar el posicionamiento de España en los procesos de adjudicación.

Se llevará a cabo una mejora de la interfaz de la herramienta interna de la Secretaría de Estado LICINT para que sea más accesible para los responsables de aportar los datos y de su gestión y para los usuarios.

Se prevé adaptar LICINT para reflejar en todo momento el estado real de cada licitación, mediante la creación de campos de contenido predeterminados. También se prevé el aumento de información cualitativa ex post, esto es, una vez que la empresa española no haya sido la adjudicataria de la licitación, que busquen explicar el porqué, así como las mejoras a nivel institucional para que nuestras empresas puedan resultar adjudicatarias de un mayor número de licitaciones.



EJE 5

**POTENCIAR LA CAPTACIÓN Y
CONSOLIDACION DE LA INVERSIÓN
EXTRANJERA DE ALTO VALOR
AÑADIDO**

EJE 5: POTENCIAR LA CAPTACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE LA INVERSIÓN EXTRANJERA DE ALTO VALOR AÑADIDO

5.1 POTENCIAR LA LABOR DE POLICY ADVOCACY Y CONTRIBUIR A LA MEJORA DEL CLIMA DE NEGOCIOS

Dada la vinculación que existe entre la atracción de inversión extranjera y el clima de negocios, **ICEX-Invest in Spain** mantiene un diálogo constante con el sector privado y se sitúa, por tanto, en una buena posición para recoger **sus propuestas de mejora del marco regulatorio**. Estas propuestas se incluyen en un informe que constituye una base útil para que los departamentos responsables puedan proceder a su valoración y eventual tramitación legislativa. Para la realización del citado informe, **ICEX – Invest in Spain**:

- Analiza y hace seguimiento de las propuestas que, con carácter puntual o periódico, realizan las principales organizaciones empresariales de alcance general y asociaciones sectoriales españolas, así como las cámaras de comercio nacionales y extranjeras establecidas en España⁵².
- Recopila las propuestas de empresas y entidades del sector privado — prescriptores, consultores, despachos de abogados y otras entidades nacionales e internacionales—, en el marco de las actividades de **Invest in Spain**, actividades que facilitan el intercambio de información sobre posibles propuestas de fomento de la competitividad e identificación de posibles barreras y obstáculos regulatorios.
- Realiza estudios y publicaciones periódicas propias, en particular, la **“Guía de Negocios en España”** elaborada con el Despacho Garrigues y el **“Barómetro del Clima de Negocios en España desde la Perspectiva del Inversor Extranjero”**, que se elabora con el apoyo técnico del IESE y con el patrocinio de la Asociación de Multinacionales por Marca España.

Además, para potenciar la captación y consolidación de la inversión extranjera, otro elemento importante es conocer la posición relativa de la economía española en los principales sistemas de indicadores internacionales de competitividad. **ICEX-Invest in Spain** trabaja en el **análisis del posicionamiento de España en los indicadores más relevantes** que elaboran las distintas instituciones y organizaciones internacionales con las que, además, mantiene un contacto regular. En particular, se analizan dos indicadores: el **Global Competitiveness Report** del Foro Económico Mundial (WEF) y el **World Competitiveness Yearbook** de la Escuela de Negocios suiza International **Institute for Management Development** (IMD), se analizan con especial atención no sólo por su difusión mediática, sino también por su notable configuración metodológica.

⁵² Esta labor se ve facilitada en muchos casos porque estas organizaciones hacen públicas sus propuestas de reforma o medidas concretas o bien elaboran barómetros o informes generales sobre clima de negocio y perspectivas empresariales.

La relevancia que han adquirido algunos indicadores de competitividad y clima de negocios hace que tengan que ser seriamente considerados. Ahora bien, es importante ser conscientes de que estos indicadores también presentan sesgos metodológicos al adolecer de algunas limitaciones e incluir algunas distorsiones, que obligan a valorar con prudencia los resultados tanto globales sobre la posición de un país, como los resultados particulares en relación con cada uno de los indicadores.

5.2 REFORZAR LA ESTRATEGIA AFTERCARE Y DE RETENCIÓN DE LA INVERSIÓN YA PRESENTE EN ESPAÑA

ICEX-Invest in Spain está **reforzando su estrategia de *aftercare* con los inversores ya implantados en España**. La comunicación constante y fluida con el inversor tiene por objeto ayudar a mitigar las incertidumbres derivadas de la pandemia y trasladar a los departamentos competentes las cuestiones planteadas por las empresas de capital extranjero. Este ejercicio de **acompañamiento facilitará la retención de la inversión ya presente en nuestro país** e incentivará la consolidación y ampliación de los proyectos ya existentes. En esta estrategia de *aftercare* juegan un papel fundamental la **red de Oficinas Económicas y Comerciales de la Secretaría de Estado de Comercio** en contacto directo con las sedes de las empresas inversoras, así como **las Direcciones Territoriales y Provinciales de Comercio y las comunidades autónomas** que, sobre el terreno, acompañan al inversor.

Además de las reuniones directas con las empresas de capital extranjero, se realizarán reuniones periódicas con las embajadas y cámaras de comercio de terceros países en España.

5.3 IMPLEMENTAR EL PROGRAMA DE CAPTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN EXTRANJERA LIGADA A LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA, LA DIGITALIZACIÓN Y LA REINDUSTRIALIZACIÓN

Manteniendo la coherencia con el Plan Nacional de Recuperación y Resiliencia, **ICEX-Invest in Spain** va a trabajar en los próximos años en un **programa de captación de inversiones ligadas a los ejes del programa de transformación de la economía española**. Para ello, se mantendrán **reuniones en las sedes de las empresas extranjeras** identificadas como potenciales inversores en España. Asimismo, se organizarán **encuentros con empresas y fondos de inversión sobre oportunidades de negocio concretas** con especialistas de los sectores implicados. En este ámbito se trabajará especialmente con fondos soberanos.

Este trabajo de identificación y de concertación de las reuniones será realizado por **las Oficinas Económicas y Comerciales** en los mercados considerados prioritarios como emisores de inversiones (Japón, China, India, Corea y Singapur en Asia; EEUU, Canadá, México, Colombia, Chile, y Brasil en América, Rusia, Turquía y varios países de Europa central y países del CCG), además de en los principales países de la UE. Los sectores de atención preferente serán las industrias de alto contenido tecnológico, **que contribuyan a los objetivos de la doble transición ecológica y digital**, haciendo especial hincapié en los sectores y subsectores relacionados con la **movilidad eléctrica y nuevas formas limpias de propulsión, las energías renovables, la optimización de la producción agroalimentaria y ciencias de la vida**.

Cabe destacar que ICO, a través de Axis, su filial de capital riesgo, promueve la atracción de inversión directa extranjera hacia el ecosistema de emprendimiento español, facilitando la diversificación las fuentes de financiación complementarias a la bancaria para impulsar la creación y el crecimiento de empresas, sus competitividad e internacionalización a lo largo de todo el ciclo de vida de la inversión, desde sus fases tempranas, hasta startup, crecimiento y deuda. Para ello, AXIS gestiona tres fondos: FOND-ICO Global, FOND-ICO Pyme y FOND-ICO Infraestructuras. Los activos bajo gestión de Axis en Capital Riesgo y Private Equity se sitúan en los 5.650 millones €⁵³, con una capacidad de movilización de recursos con el sector privado de inversiones en España de entre 11.500 y 15.200 millones € en los próximos años.

5.4 APOYAR LA BÚSQUEDA DE SOCIOS FINANCIEROS O INDUSTRIALES PARA EMPRESAS ESPAÑOLAS

En un contexto en el que las empresas españolas podrían enfrentarse a dificultades para escalar su negocio, **ICEX-Invest in Spain** las apoyará en la **búsqueda de posibles socios financieros y/o industriales**. Este trabajo, dirigido a aunar los intereses de la empresa española y del inversor extranjero, se realizará tanto a través de la base de datos de la red de inversores de **ICEX-Invest in Spain** como implicando a las **Oficinas Económicas y Comerciales** para que en sus respectivas demarcaciones busquen potenciales inversores interesados en la oportunidad de negocio que en ese momento se presenta.

5.5 REFORZAR LA ESTRATEGIA DE ATRACCIÓN DE INVERSIONES DE AMERICA LATINA: PLAN DE SEDES Y FONDOS DE INVERSIÓN

ICEX-Invest in Spain trabajará con las **Oficinas Económicas y Comerciales** para **intensificar los contactos con grandes grupos industriales que estén invirtiendo fuera de la región y que todavía no hayan invertido en España**. Por otra parte, dada la actividad creciente de los fondos de inversión de la región, se trabajará con partners locales para incentivar su internacionalización hacia España.

La labor más práctica sobre el terreno seguirá estando apoyada por la **publicación “Global Latam: series sobre IED”**, que elabora **ICEX-Invest in Spain**. Se trata de una herramienta que contribuye a realizar un seguimiento sistemático de los flujos de IED de la región y, por ende, permite conocer qué empresas latinoamericanas y fondos de inversión se están internacionalizando para intentar atraer su inversión a España.

⁵³ Agregando las inversiones suscritas y los recursos adicionales comprometidos durante 2020.

5.6 POTENCIAR LOS PROGRAMAS DE APOYO A LA INVERSIÓN EN I+D+i Y DE ATRACCIÓN DE TALENTO: INNOVA INVEST Y RISING UP, CON RECURSOS DE LA UE

ICEX-Invest in Spain dará continuidad al **programa de inversiones de empresas extranjeras en actividades de I+D+i**, dotado con fondos FEDER. Con este programa se está logrando movilizar inversión e integrar nuevos proyectos en el tejido productivo español, generando empleo.

En el marco del **Plan de Recuperación y Resiliencia**, **ICEX-Invest in Spain** pondrá en marcha el programa **INNOVA INVEST**, dirigido a la atracción de inversión extranjera en I+D+i y que priorizará aquellos proyectos sostenibles relacionados con la transición ecológica y la digitalización, que apoyen el crecimiento del PIB potencial y del empleo en España.

Por otra parte, dado que una de las claves del éxito de los ecosistemas de emprendimiento más maduros es su capacidad para atraer talento y emprendimiento extranjero, **ICEX-Invest in Spain** complementa el abanico existente de instrumentos públicos de apoyo al emprendimiento con el **programa Rising up in Spain**, dirigido precisamente a atraer talento y emprendimiento internacional. Busca enriquecer el ecosistema de emprendimiento español, generando sinergias con emprendedores y *start-ups* españolas y posicionando España como hub tecnológico.

5.7 APROBACIÓN DEL REAL DECRETO DE INVERSIONES EXTERIORES QUE DESARROLLA EL CONTROL DE LA INVERSIÓN DIRECTA EN ESPAÑA EN LOS ÁMBITOS EN LOS QUE SE HA SUSPENDIDO SU RÉGIMEN DE LIBERALIZACIÓN

La necesidad de atracción de capital extranjero debe convivir con la obligación de controlar ciertas inversiones de ciertos agentes y en ciertos sectores, ante eventuales riesgos en términos de seguridad y orden público. Por ello, España ha acometido la **modificación de su actual modelo de control de las inversiones extranjeras y ha puesto en marcha la aplicación del Reglamento (UE) 19/452 de 19 de marzo de 2019 para el control de las inversiones extranjeras directas, un reglamento que ha entrado en vigor el 11 de octubre de 2020**. Ello ha supuesto la modificación de la Ley 19/2003, añadiendo un artículo 7bis que presta especial atención a las inversiones provenientes de fuera de la UE y que pudiera afectar a cuestiones de salud, seguridad y orden públicos. **Se dará a conocer a través de talleres y jornadas especializadas organizados por la Secretaría de Estado de Comercio.**

Se está trabajando en la elaboración del real decreto que reemplace al 664/1999, introduciendo algunas modificaciones en las inversiones declarables, pero, sobre todo, desarrollando el nuevo artículo 7 bis de la Ley 19/2003, introducido en el RDL 8/2020 y modificado por los RDL 11/2020 y 34/2020, este último en relación con la IDE intraUE.

5.8 FOMENTAR LA INVERSIÓN DE LOS FONDOS SOBERANOS EN ESPAÑA

COFIDES forma parte de la asociación internacional 'International Forum of Sovereign Wealth Funds' (IFSOF) desde 2020. Se trata de una asociación en la que figuran los principales fondos

soberanos del mundo, así como el FMI. Su misión es difundir buenas prácticas entre los asociados, los llamados Principios de Santiago, que deben mejorar la gobernanza de los fondos, aumentar la transparencia y contribuir al buen funcionamiento de los mercados financieros internacionales. Esta asociación proporciona a COFIDES una excelente red de contactos, que puede ser utilizada igualmente para promocionar la inversión extranjera en España. **Asimismo, COFIDES se adhirió en 2020 a la iniciativa OPSWF** (One Planet Sovereign Wealth Funds)⁵⁴, siendo la única institución española con representación en este foro creado en 2017 en París. El objetivo de OPSWF es contribuir a movilizar el capital de los fondos soberanos para ampliar el mercado de oportunidades de inversión que promuevan la alineación con los objetivos climáticos del Acuerdo de París (COP 21). Como principal medida en este ámbito, se destaca el interés compartido por COFIDES y OPSWF en implantar los sistemas y metodologías de *'reporting'* de la TCFD (Task Force on Climate-Related Financial Disclosure), iniciativa internacional que aspira a convertirse en un nuevo estándar mundial en el ámbito de la financiación climática.

En los contactos mantenidos de forma regular por **COFIDES con fondos soberanos de otros países se ha identificado el interés de estos últimos en invertir en empresas españolas con un claro perfil internacional**, es decir, empresas que buscan el crecimiento a través de la expansión internacional, normalmente a través de implantación en el exterior. Este esquema proporciona al fondo soberano inversor una diversificación geográfica adecuada de su actividad para evitar concentraciones desaconsejables de su riesgo. Estos fondos soberanos valoran de forma especial el conocimiento y cercanía que COFIDES y las empresas españolas tienen con el mercado latinoamericano.

Asimismo, se seguirá trabajando especialmente con fondos soberanos cuya estrategia esté alineada con el Plan de Transformación de la Economía Española. Para un mejor conocimiento de ese tipo de inversor y de su estrategia ICEX-Invest in Spain, seguirá publicando el informe sobre fondos soberanos que anualmente elabora.

Con el fin de seguir impulsando la atracción de inversiones de fondos soberanos, se ha creado un Grupo de Trabajo Interministerial con la participación del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación, y la Secretaría General de Asuntos Económicos y G20 de Presidencia.

⁵⁴ OPSWF engloba a Fondos Soberanos y Gestoras de Activos que, en conjunto, representan una capacidad de inversión global superior a 30.000 millones de dólares.



EJE 6

REFORZAR LA COORDINACIÓN
Y COMPLEMENTARIEDAD DE LAS
ACCIONES DE TODOS LOS ACTORES
RELEVANTES EN MATERIA DE
INTERNACIONALIZACIÓN

EJE 6: REFORZAR LA COORDINACIÓN Y COMPLEMENTARIEDAD DE LAS ACCIONES DE TODOS LOS ACTORES RELEVANTES EN MATERIA DE INTERNACIONALIZACIÓN

6.1 MEJORAR LA COLABORACIÓN ENTRE LAS DIFERENTES ADMINISTRACIONES E INSTITUCIONES DEL SECTOR PÚBLICO, JUNTO AL SECTOR PRIVADO, QUE ACTÚAN EN EL APOYO A LA INTERNACIONALIZACIÓN

Uno de los principios inspiradores de carácter transversal recogido en el Plan Estratégico de ICEX 19-20, es el de vertebrar y reforzar el ecosistema de internacionalización a través de **alianzas estratégicas** que permitan aumentar la especialización, promover la innovación y aumentar la oferta de servicios a las empresas en el ámbito de la internacionalización. En este contexto, **ICEX** tiene firmados más de 150 convenios con asociaciones, instituciones y organismos públicos y privados de carácter local, autonómico, nacional e internacional, sea para la colaboración institucional, sea para el diseño y ejecución de planes, programas o proyectos conjuntos.

En este sentido, destacan los **convenios con Asociaciones para el desarrollo de planes de internacionalización sectorial**, o la iniciativa **#Juntosmáslejos**, puesta en marcha con la **Cámara de España y CEOE** para ofrecer a las empresas un acceso único a los servicios de internacionalización de las tres entidades. También tienen especial relevancia los convenios para el desarrollo de programas conjuntos, como por ejemplo con:

- **Red.es**, para el desarrollo de programas y eventos relacionados con la internacionalización de las empresas con base digital,
- **SEPIE** para participación en ferias de atracción de estudiantes extranjeros a España,
- con el mismo **SEPIE** y con **Turespaña** para el portal www.StudyinSpain.info

Destacan, asimismo, entre otros:

- La colaboración puntual en actividades concretas (p.e. en el ámbito del cine con el **ICAA**, la ciberseguridad con **INCIBE** o el **TravelTech** con **SEGITUR**);
- Los convenios con Universidades para el Programa de Estudiantes en prácticas; con la **Fundación Rafael del Pino** para los **MOOCs** de **ICEX CECO** y con la **UIMP** para el **Master Universitario del Programa de Becas**;
- Los convenios vinculados a campañas de promoción sectorial (p.ej. **SpainFoodNation** con **MAPA**) y transversal (**Think Again, Think Spain** con la **Cámara de España** o el **Foro de Marcas Renombradas**);
- La colaboración con **asociaciones como Multinacionales por Marca España** o instituciones como **SEGIB** en materia de atracción de inversiones.

Esta estrategia de alianzas con la que se pretende atraer recursos y talento hacia la internacionalización y aumentar la especialización y valor añadido de los programas al servicio de las empresas seguirá siendo una línea estratégica clave en la estrategia de ICEX de los próximos años.

En el **ámbito territorial**, se potenciará la colaboración con los entes de promoción comercial de las Comunidades Autónomas tanto de forma bilateral como multilateral en el contexto del **Consejo Interterritorial de Internacionalización (CII)**, con el fin de coordinar la acción de promoción exterior, evitar solapamientos y conseguir la máxima complementariedad en las actividades en el exterior⁵⁵. Asimismo, se reforzará la coordinación de las actividades de promoción y de atracción de inversiones en el contexto de los **Comités de Promoción Exterior (CPE) y de Atracción de Inversiones (CAI)** y reforzará el intercambio de información y de buenas prácticas en los 7 grupos de trabajo actualmente operativos (Alimentación y Vinos, Transformación Digital, Multilaterales, Emprendimiento y Mujer e Internacionalización en CPE y Automoción y Buenas prácticas en CAI).

Para mejorar la comunicación entre los distintos miembros del CII, se potenciará también el uso de la plataforma colaborativa y de las herramientas tecnológicas para mantener el nivel de actividad en estos tiempos de movilidad limitada.

A **nivel internacional**, se fortalecerá y ampliará la cooperación con aquellos organismos de promoción de comercio exterior de países terceros con los que **ICEX** tiene suscritos memorandos de entendimiento o convenios de carácter bilateral, así como con aquellas instituciones multilaterales de las que forma parte.

Por lo que se refiere a los primeros, el objetivo principal será el de promocionar la cooperación económica y el desarrollo de las relaciones comerciales en beneficio mutuo mediante la puesta en práctica de acciones tales como el intercambio de información, la identificación de oportunidades de negocio, la cooperación técnica o la colaboración institucional. Respecto a los segundos, **ICEX** mantendrá y reforzará su presencia en los mismos, ya que constituyen la plataforma idónea para el desarrollo de programas conjuntos que vayan a ser financiados por organizaciones internacionales tales como la **UE, el BID o el Banco Mundial**.

Mención destacada en este sentido merecen:

- **European Trade Promotion Organization´s Association (ETPOA)**, constituida en 2018 y que, recientemente, ha sido reconocida oficialmente por la Comisión Europea como interlocutor oficial para todos aquellos aspectos relacionados con sus programas en favor de la internacionalización de la pyme comunitaria;
- **International Trade Center (ITC)**, de cuyo Consejo Asesor para el Fortalecimiento de Instituciones de Apoyo al Comercio y la Inversión (TISI), **ICEX** forma parte;
- **REDIBERO**, organización que agrupa a instituciones de promoción de comercio exterior iberoamericanas además de a **ICEX** e **ICEP** (Portugal).

De forma paralela, **ICEX** incidirá en la colaboración bilateral con organismos de promoción comerciales internacionales, entre los que destacan **JETRO y KOTRA** en Asia, **Business France e ICEX-ITA** en Europa y **Prochile, Proecuator y Procomer**, entre otros, en Latinoamérica.

⁵⁵ En el Anexo V se incluyen los servicios que ofrecen las distintas Comunidades Autónomas en apoyo a la internacionalización

6.2 BUSCAR SINERGIAS ENTRE LAS POLÍTICAS DE INTERNACIONALIZACIÓN Y OTRAS POLÍTICAS DE OTROS ÁMBITOS DE LA ADMINISTRACIÓN COMO LA MOVILIDAD INTERNACIONAL, LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y LUCHA CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO, POLÍTICAS MIGRATORIAS, TERRORISMO Y LUCHA CONTRA EL BLANQUEO DE CAPITAL Y CORRUPCIÓN, ENTRE OTROS

Se reforzará la coordinación entre los diferentes ministerios con actividad en materia de internacionalización, compartiendo planes y estrategias de acción, velando por la coherencia de todos ellos entre sí.

Como ya se destacaba en el anterior plan de acción, resulta esencial compartir planes y estrategias de acción, velando por que sean coherentes entre sí.

El Grupo Interministerial de Apoyo a la Internacionalización actúa como canal de comunicación con otros ministerios con actuaciones en materia de internacionalización y también ayuda a conocer más directamente las necesidades de la empresa en su proceso de internacionalización, en muchos casos relacionadas con otros ámbitos de actuación que van más allá de las políticas de internacionalización.

Este Plan de Acción está en consonancia con la Estrategia de Acción Exterior 2021-2024 del Gobierno, que marca las principales prioridades de la Acción Exterior española. Su segundo eje se refiere a la diplomacia económica para el crecimiento y el empleo, en el que se destaca que la acción exterior española debe contribuir a que el sector exterior siga siendo un motor de crecimiento y de creación de empleo que impulse una pronta recuperación de la economía. Además, durante el período 2021-2024, se desarrollará un **Plan de Acción de Diplomacia Económica**, alineado con la Estrategia de Internacionalización de la Economía Española 2017-2027 y los correspondientes planes de acción bienales de la Secretaría de Estado de Comercio para el fomento de la internacionalización y la mejora de la competitividad de las empresas españolas en el exterior.

Una de las manifestaciones más relevantes de la diplomacia económica en el contexto actual debe ser **la recuperación de la movilidad internacional**. En un escenario marcado por la pandemia, las restricciones a la movilidad están teniendo un severo impacto en la actividad empresarial y en los flujos turísticos. Las restricciones han ocasionado retrasos en la contratación pública y paralizado temporalmente la entrega de proyectos, así como paralizado los desplazamientos de negocios. En el marco del debate sobre restricciones a la movilidad que ha generado la crisis del Covid-19, se ha defendido la previsibilidad y la uniformización de los criterios — y restricciones — aplicables dentro de la Unión Europea y se ha realizado un ejercicio de coordinación con otros Estados y Organismos Internacionales en el seno de la OCDE, con vistas a recuperar la movilidad internacional en cuanto resulte posible.

Asimismo, España impulsará en la Unión Europea, la OCDE y con otros organismos internacionales, entre otros, la adopción del certificado digital verde que lleva implicado el desarrollo de estándares internacionales de reconocimiento de pruebas diagnósticas y certificados de vacunación que permitan recuperar paulatinamente la movilidad internacional de manera segura y coordinada.

En cuanto a las oportunidades que presenta la **cofinanciación con las Instituciones Financieras Multilaterales y la Ayuda Externa de la UE (*blending*)**, el **FIEM** puede contribuir a optimizar las oportunidades para las empresas españolas, particularmente en zonas geográficas de especial interés para la internacionalización española, mediante la colaboración y apalancamiento de fondos procedentes de otros agentes públicos o privados. Así, se configura como un fondo de financiación directa para la internacionalización, que permite cofinanciar proyectos con las IFIs o **con los recursos derivados de la acción exterior de la Unión Europea**. En este sentido, cabe destacar la **Línea FIEM- Blending**.

Por su parte, **COFIDES** potenciará sus **relaciones con otras instituciones financieras**. Se identificarán proyectos en la cartera de las IFIs, fondos soberanos o de la ayuda externa de la UE que puedan ser cofinanciados por COFIDES.

COFIDES y AECID, como entidades acreditadas para la gestión delegada de recursos comunitarios, están trabajando conjuntamente con el objetivo de optimizar el uso de instrumentos financieros de la acción exterior de la Unión Europea, en particular para movilizar recursos comunitarios de asistencia técnica (facilidades *blending* de la UE) y de garantías. En el ámbito de los instrumentos financieros de garantías, **COFIDES y AECID**, en calidad de entidades acreditadas ante la UE, lideran el **Programa de Energías Renovables para África Subsahariana**, principalmente en zonas rurales.

En línea con lo expuesto anteriormente, el **Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana** ha señalado que el transporte ha sido uno de los sectores más afectados por la pandemia causada por la Covid-19. Las restricciones, como el cierre generalizado de fronteras o el freno de la actividad económica por los confinamientos, han supuesto una reducción drástica de la movilidad y de la actividad en el sector del transporte, especialmente en el de pasajeros. Sin embargo, el transporte de mercancías y la cadena logística se mantuvieron en funcionamiento, gracias a iniciativas como el **Pasillo Verde Europeo (European Green Lanes)**.

Las empresas españolas de los sectores de las infraestructuras, movilidad y servicios urbanos tienen una amplia presencia en los mercados internacionales. Esta posición se ha fortalecido en la última década, principalmente en Europa, Latinoamérica, el norte de África y Oriente Medio. Desde este ministerio se destaca la importancia de la **coordinación en la actividad exterior** de las **empresas del Grupo MITMA**, con el objetivo de lograr mayores sinergias. La actividad internacional del Grupo MITMA contribuye a la formación de la marca-país y facilita el acceso a nuevos mercados a otras empresas españolas. En particular, destaca la coordinación con los diferentes organismos de la Administración General del Estado, como el **ICEX o las Oficinas Económicas y Comerciales**, así con asociaciones sectoriales para el fortalecimiento del sector exterior español, y la **colaboración en la difusión de buenas prácticas**, proyectos e iniciativas que fomenten la colaboración en materia de innovación y mejora competitiva del sector español de infraestructuras, movilidad y agenda urbana. Asimismo, **se buscará reforzar los lazos profesionales con entidades de otros ámbitos geográficos**, de tal forma que puedan servir como plataforma de apoyo para acciones concretas de negocio y comercio.

Por otra parte, este ministerio destaca la importancia de obtener avances en la normativa para favorecer la modernización de los sectores de las infraestructuras, la movilidad y la agenda urbana.

Esto pretende alcanzar un doble objetivo: por un lado, la **adaptación de las empresas españolas a los objetivos de sostenibilidad y digitalización**; y, por otro, presentar a España como un **destino atractivo a que empresas extranjeras inviertan y desarrollen nuevos productos y servicios**.

En cuanto al turismo, dado el fuerte impacto de la pandemia sobre el sector turístico español, líder mundial y con un elevado peso en el PIB y el empleo de nuestro país, el Plan de Acción pondrá el foco en la internacionalización de la empresa turística española, especialmente las de tamaño medio y pequeño altamente especializadas, con modelos de negocio singulares:

ESPECIAL APOYO A LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA TURÍSTICA

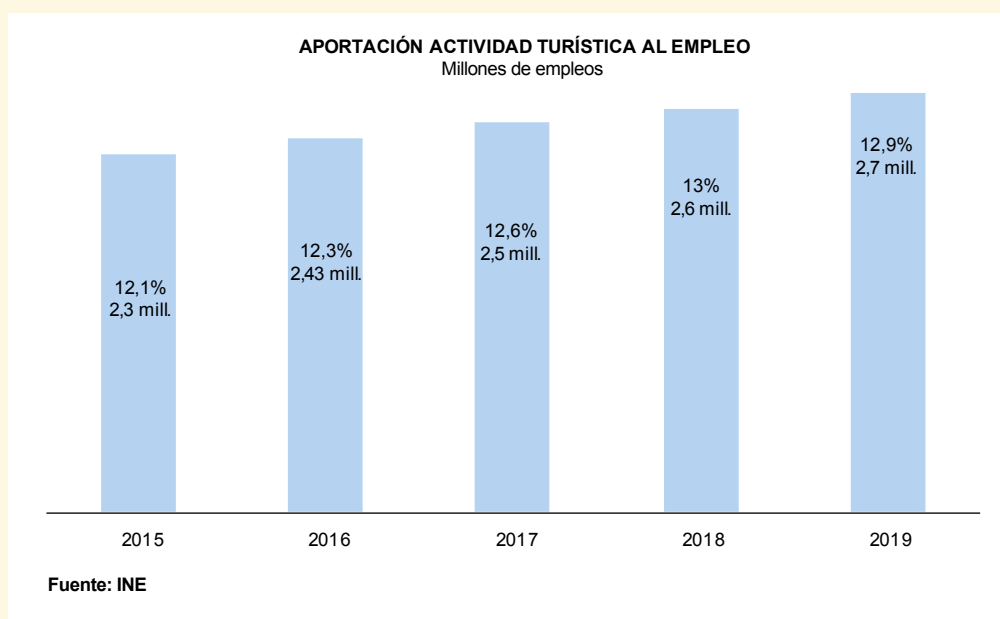
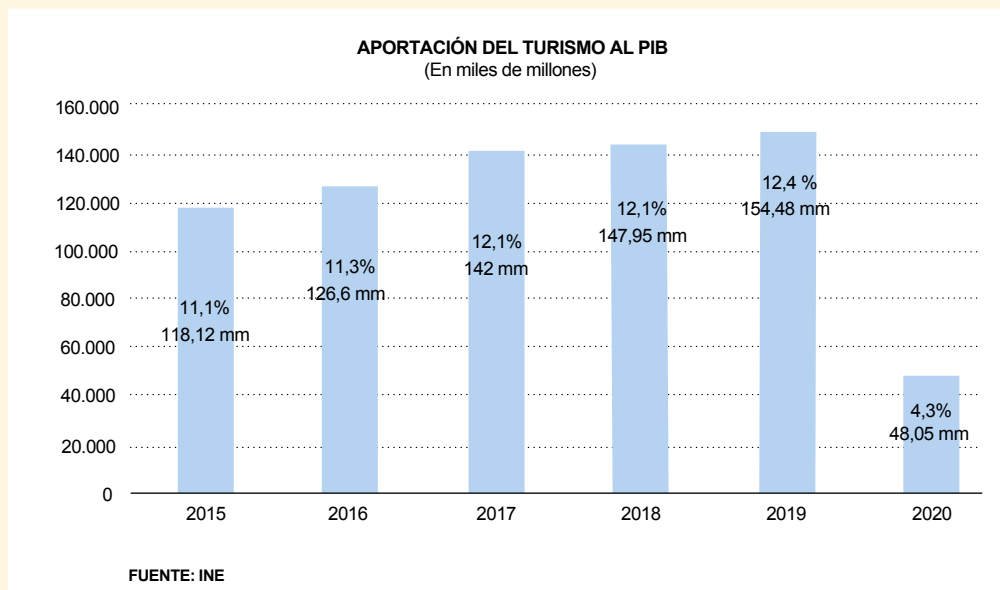
El turismo es un sector clave en la economía española que desde la década de los sesenta ha servido como elemento compensador de la balanza de pagos, elemento tractor de otras actividades como la construcción e importante fuente de divisas en momentos cruciales de nuestra historia.

España es líder mundial en turismo, sector que representaba en 2019 el 12,4% del PIB y suponía el 12,4% de la afiliación a la Seguridad Social. Nuestro país ocupaba en 2019 el segundo puesto mundial en gasto realizado por turistas, con 89.856 millones de euros y también el segundo país del mundo en número de turistas extranjeros recibidos, con más de 83 millones de turistas internacionales. Además, desde 2015, España ostenta el título del país más competitivo del mundo en turismo, según el *World Economic Forum*.

Adicionalmente, y dada su transversalidad, el sector turístico ejerce un efecto tractor sobre casi todos los sectores importantes de nuestra economía como: el comercio, la construcción, el transporte aéreo, el transporte terrestre, la industria agroalimentaria en general y vitivinícola en particular, así como en la industria manufacturera, o industria de automoción. Según el INE, por cada 100 empleos en ramas de actividad en contacto directo con el turista, se generan 67 empleos adicionales en otros sectores, y por cada 100 euros de valor añadido por el turismo, se aportan 62,1 euros en otros sectores.

Durante la última década, el sector turístico se ha consolidado como una de las principales fuentes de renta y empleo de la economía española, aportando en 2019, según el INE, 154.487 millones de euros de actividad, es decir el 12,4% del Producto Interior Bruto (PIB).

Además, era en 2019 el principal empleador directo de la sociedad española con 2,7 millones de personas, un 12,9% del total, según el INE, dada la fuerte creación de empleo en la última década (un 19,3% en ramas turísticas, frente al 3,4% en el resto) y supuso ese año un 12,4% de la afiliación a la Seguridad Social.



Por tanto, y a la vista de la realidad de los datos, es indudable que el sector turístico es fundamental en el desarrollo de la actividad económica y social de nuestro país, y contribuye a un reparto equilibrado de la riqueza a nivel nacional.

A estos datos expuestos sobre el sector turístico en el plano económico, hay que sumar también la aportación social que realiza. De hecho, según el informe elaborado por Deloitte *"Informe sobre la contribución social del sector turístico español"*, se señala el destacado papel del sector turístico en ámbitos clave de la agenda social de nuestro país.

El sector turístico es clave para la redinamización de entornos rurales y la España “vacada”, debido entre otros, a la extensa red de casas rurales presente en más de 4.700 municipios, es decir, más del 50% de los que componen la estructura geográfica española.

Se destaca también la relevancia del sector por las oportunidades que facilita al emprendimiento, que se aprecia dada la alta presencia de pymes en el sector, más de 400 mil según el INE, y su compromiso con la formación, el 66,5% de las compañías de la hostelería impartieron formación para mejorar los conocimientos y habilidades de sus trabajadores.

Asimismo, el sector turístico facilita la integración y diversidad generacional con un 21,9% de los trabajadores menores de 30 años, mientras que en el conjunto de la economía solo suponen un 13,7%; así como la diversidad multicultural. En el sector turístico trabajan un 21,3% de personas nacidas fuera de España, muy superior al 13% que presenta la media en España.

Un dato que cifra el potencial del mercado en cuanto a su recuperación una vez superada la pandemia, lo representa que en el año 2019 el número de pernoctaciones de los turistas alcanzó la cifra de 342,9 millones, frente a los 91,6 en 2020.

La recuperación, de mantenerse las capacidades instaladas de la industria turística (y en especial la vinculada a los establecimientos alojativos), podría representarse en forma de repunte intenso de la actividad y el gasto.

Ahora las empresas turísticas están sufriendo importantes secuelas debido al impacto de la pandemia Valgan como ejemplo los siguientes: las ventas en las agencias de viajes se han desplomado un 80% respecto a sus ventas de 2019, las empresas de ocio acumulan caídas del 71,1%, los hoteles caídas del 66,6%, líneas aéreas un 65,5% menos y en el *rent a car* una caída del 57,6%, sin que además ningún subsector turístico pueda almacenar servicios no vendidos.

Es importante resaltar que la recuperación llegaría antes a los viajes nacionales que a los de media y larga distancia. Como consecuencia de las restricciones de viaje entre países, se fomentará el turismo nacional frente a medias y largas distancias. La larga distancia (Caribe como región más relevante para las agencias españolas), será el último tipo de viaje por destino en recuperarse.

En este contexto, es fundamental desarrollar una estrategia de internacionalización de la empresa turística española que incorpore las siguientes medidas:

- 1) Las nuevas tecnologías permiten a la pequeña y mediana empresa turística ofrecer una experiencia distintiva y singularizada. Son muchas las empresas turísticas españolas que precisan de un desarrollo en el uso de estas tecnologías para cualificar y exportar sus modelos de negocio.
- 2) Especial apoyo a las empresas con participación directa en el desarrollo de producto turístico. España tiene una ventaja competitiva en la exportación de este tipo de turismo experiencial.

- 3) Muchas de estas empresas requieren de financiación para consolidar su expansión y crecer en nuevos mercados.
- 4) Por último, resulta imprescindible el desarrollo de competencias para la internacionalización en estas empresas, así como la participación, junto con la administración comercial española, en eventos que faciliten su acceso a nuevos mercados.

Por parte del Ministerio de Trabajo y Economía Social y de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones, se pone a disposición de la Secretaría de Estado de Comercio la **red de Consejerías de Trabajo, Migraciones y Seguridad Social** que asesoran en destino a los trabajadores desplazados, realizando una importante labor de acompañamiento al personal de las empresas españolas en el exterior. Esta red ya colabora activamente con la **red de Oficinas Económicas y Comerciales**. La crisis del Covid-19 ha puesto de manifiesto que esta alianza es más importante que nunca.

Por otra parte, la Comisión Europea está elaborando el **Plan de Acción de la Economía Social** que se aprobará en 2021. España ha ostentado la presidencia europea de la economía social en 2020 y ha organizado en diciembre de 2020 reunión de Alto Nivel sobre la Economía Social y Solidaria en la UE “La Economía Social para una recuperación inclusiva, sostenible y justa”, aprobándose la Declaración de Toledo, un texto basado en el consenso que supone un nuevo impulso para situar la economía social como factor clave en la salida de la crisis y la transformación de Europa.

El **Ministerio del Interior** mantiene lo indicado en el plan de acción anterior relativo a la necesidad de incorporar una mención específica a **África**, y muy especialmente al **Norte de África** (Marruecos y Argelia), **a la fachada atlántica africana** (Mauritania y Senegal), al Sahel y a África subsahariana. Estas áreas geográficas son prioritarias para los intereses españoles en materia de seguridad e inmigración. Continúan siendo válidos los objetivos ya apuntados entonces, e incluso acrecentados, dada la evolución, negativa, que a lo largo de 2020 ha registrado la presión migratoria irregular que España ha recibido, singularmente en las Islas Canarias. La actividad del sector económico español en las regiones y países señalados debe seguir coadyuvando como incentivo positivo que facilite la mejor y mayor colaboración de las autoridades de estos países en la prevención de los flujos de migración irregular y, por supuesto, de otras actividades criminales y delictivas, siendo el terrorismo y la criminalidad organizada las más relevantes. Además, el establecimiento de vías de migración segura, regular y ordenada de forma coordinada con dichos países supone forjar una relación de cooperación efectiva que hará del proceso migratorio una fuente de beneficio mutuo para los países de origen y de destino, así como para el propio migrante.

Desde otra perspectiva, la del valor añadido que el **Ministerio del Interior** aporta para facilitar la actividad del sector económico español en el extranjero, destaca el impacto positivo que genera la combinación de un conjunto de actividades realizadas por este Departamento, como son:

- La intensa relación, en todos los niveles, entre los respectivos responsables de los Ministerios del Interior;
- Las ayudas que el Ministerio del Interior destina a la cooperación bilateral con los principales socios de las regiones indicadas;

- La presencia de miembros de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado en un amplio abanico de países, ya sea a través de la extensa red de Consejeros y Agregados de Interior; de aquellos integrados en Misiones Internacionales; o de los agentes y medios destacados que, en algunos de esos países para colaborar con las autoridades nacionales, patrullando en sus aguas o formando equipos conjuntos de investigación, todo ello de manera continuada desde hace casi 15 años.

Combinación de actividades que, por un lado, ayudan a consolidar entornos más seguros en esos países que faciliten el desarrollo de las actividades económicas; y, por otro, proyectan la imagen de España como un socio fiable, comprometido y cercano.

Por parte del **Ministerio de Transición Ecológica y el Reto Demográfico**, el proyecto de la Ley de Cambio Climático y Transición Energética es el marco institucional para orientar y coordinar con éxito el proceso de recuperación hacia un modelo de prosperidad estable, duradero y neutro en carbono y facilita la estabilidad y predictibilidad necesarias para asentar un nuevo modelo de desarrollo socioeconómico atrayendo inversiones en las tecnologías del futuro. Este nuevo plan bienal 2021-2022 reorientado hacia una potenciación de la sostenibilidad debe visibilizar objetivos sectoriales relativos a la captación y consolidación de la inversión extranjera de alto valor añadido, en particular **en materia de inversión extranjera en desarrollo de potencia renovable y eficiencia energética y movilidad sostenible**.

Así, el Plan Nacional Integrado de Energía y Clima 2021-2030 y el nuevo régimen económico de energías renovables articulan medidas muy atractivas para la inversión extranjera, la cual está llamada a ejercer un papel tractor en el cambio de paradigma energético. Por su parte, el segundo Plan Nacional de Adaptación al Cambio Climático, es el instrumento básico de planificación para construir un país más resistente y menos vulnerable a los impactos y riesgos del cambio climático y que también marca los diferentes nichos de actividad y generación de empleo.

Por parte del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital se señala que los poderes públicos deben defender y promover un marco homogéneo de reglas a nivel internacional. La globalización y consiguiente mayor interrelación transfronteriza entre agentes públicos y privados exigen el establecimiento y respeto de unas reglas de juego comunes, a nivel multilateral, que rijan las relaciones entre dichos agentes. Este es el caso de los "Principios de Endeudamiento Sostenible" (*Operational Guidelines for Sustainable Financing*, OGSF) del G20, cuyo objetivo es mejorar las relaciones institucionales entre acreedores soberanos y deudores en préstamos en algunos casos de naturaleza comercial y, por tanto, con implicaciones comerciales. El incumplimiento de dichos principios por parte de algunos países con la intención de favorecer intereses nacionales socava el espíritu colaborativo en el que se deben asentar estas iniciativas y merma la igualdad de oportunidades a nivel internacional. Por ello, a nivel internacional debe exigirse el respeto de cualesquiera medidas, acuerdos o consensos que permitan establecer dichas reglas del juego comunes. En concreto, este respeto a las reglas multilaterales implica en el ámbito del endeudamiento de países frente a acreedores soberanos la necesidad de potenciar el Club de París como foro de coordinación del pago y renegociación de esta deuda externa a través tanto de la ampliación de su membresía (especialmente con la plena incorporación de las principales economías emergentes) como del pleno respeto a los acuerdos alcanzados en su seno. Se trata fundamentalmente de evitar actitudes oportunistas

de algunos acreedores soberanos en detrimento de las expectativas de recobro de otros, con la consiguiente quiebra en la confianza en el sistema financiero internacional. Además, el respeto a las reglas multilaterales implica la promoción de capacidades técnicas en países en desarrollo en materia de gestión de la deuda, la transparencia y fiabilidad en la producción y difusión de estadísticas y la mayor coordinación en general entre agentes públicos y privados a nivel global.

6.3 POTENCIAR LA COHERENCIA DE LAS ACTUACIONES DE LA ADMINISTRACIÓN COMERCIAL ESPAÑOLA

En este plan se tiene muy en cuenta la importancia de fomentar **una mayor coordinación de la red exterior de Oficinas Económicas y Comerciales con los Servicios Centrales y con las Direcciones Territoriales y Provinciales de Comercio**, por lo que en muchas de las medidas se destaca la implicación de todos estos instrumentos en su ejecución.

Por otra parte, en 2020 se ha aprobado el **Real Decreto 1179/2020, de 29 de diciembre, por el que se establece el marco del reconocimiento oficial de las Cámaras de Comercio Españolas en el extranjero**. En este real decreto se mantienen, en todo caso, los principios rectores que inspiraron el real decreto que se deroga, el Real Decreto 786/1979, de 16 de marzo, en particular, **la concepción de las Cámaras como organismos consultivos, colaboradores y auxiliares de la Administración pública española**, incorporando como aspectos novedosos:

- a) La perspectiva de género y de paridad en las actuaciones que desarrollen las Cámaras:
Se introduce el principio de paridad en la composición de la Junta Directiva y la introducción de la perspectiva de género en todas aquellas actuaciones llevadas a cabo por las Cámaras.
- b) Se definen los derechos, obligaciones y funciones, así como determinados aspectos organizativos de las Cámaras, como son la composición de la junta directiva y la figura de la persona titular de la secretaría, dirección o gerencia.

El nuevo real decreto busca adecuarse a la situación actual, en la que existe **una Red Exterior de Oficinas Económicas y Comerciales** compuesta por más de cien oficinas, que colaboran con más de cuarenta **Cámaras de Comercio Españolas Oficiales en el Exterior**. Uno de los principales objetivos que se persigue es que esta relación de colaboración se produzca de la forma más fluida posible.

EL PAPEL RELEVANTE DE LAS CÁMARAS DE COMERCIO ESPAÑOLAS OFICIALES EN EL EXTERIOR EN APOYO A LA INTERNACIONALIZACIÓN

En el contexto de la crisis generada por la pandemia del Covid 19, **las Cámaras Oficiales Españolas en el Extranjero** deben jugar un papel relevante en apoyo al comercio exterior, para contribuir con su actuación a la recuperación del sector exterior como motor de crecimiento de la economía española.

Para el logro de este objetivo general, las **Cámaras** trabajarán, siempre garantizando la complementariedad con la labor de las **Oficinas Económicas Comerciales**, para:

- **Reforzar la imagen de España:**

Las Cámaras trabajarán a dos niveles:

A nivel general, las Cámaras contribuirán a fortalecer la imagen de España mediante el mantenimiento de la representación del empresariado español, evitando así la ausencia en determinados mercados ante la necesidad, por falta de recursos de nuestras empresas tras el repliegue sufrido y la consiguiente necesidad de ser más selectivos en los mercados elegidos renunciando a potenciales posibilidades.

A nivel sectorial, las Cámaras prestarán especial atención a la imagen de España en aquellos sectores donde nuestras empresas se han mostrado punteras y más competitivas, todo ello en coordinación con las Oficinas Económicas y Comerciales y en coherencia con la actividad de refuerzo y posicionamiento de las marcas sectoriales realizada por ICEX.

- **Generar valor añadido de los servicios prestados a las empresas establecidas en el país:**

Ante la avalancha e “hiperinflación” de webinaros, cursos y agendas digitales de diversa índole, las Cámaras tendrán un papel clave de criba y selección de contenidos de interés para sus socios focalizado en la demanda, esto es, en los potenciales clientes de las empresas socias.

Las Cámaras propiciarán el contacto y acercamiento del importador, pudiendo representar y en su caso cubriendo a sus empresas socias en los casos de restricciones de movilidad.

Igualmente, las Cámaras apoyarán el trabajo de las Oficinas Económicas y Comerciales en la selección de nuevos mercados, explorando nuevos sectores de oportunidad, como son la logística, la sanidad on-line, los servicios a empresas y las TICs.

También contribuirán al desarrollo de nuevas oportunidades de negocio derivadas de la reorganización de Cadenas Globales de Valor, entre otras, oportunidades surgidas de integración conjunta, acortamiento y simplificación de las Cadenas Globales de Valor.

Las cámaras diversificarán sus actividades y servicios potenciando aquellas donde puedan tener ventajas específicas, entre otras:

- Colaboración con las Oficinas Comerciales en eventos y actos con responsables de las administraciones del país donde radican en todos los niveles, central, federal y locales.
 - Webinars especializados.
 - Gestiones administrativas locales.
- **Reforzar su red de contactos de calidad (networking) y desarrollar espacios de calidad físicos y virtuales para la comunicación e intercambio de información valiosa para las empresas:**

Las Cámaras proporcionan un foro de discusión y plataforma de intercambio fiable de contacto entre los socios facilitando las relaciones entre ellos y colaborando a construir unos vínculos de confianza y una red de negocios sólida que genere economías de escala.

Las Cámaras, como parte del ecosistema de apoyo a la internacionalización y en línea con la iniciativa **#juntosmaslejos** serán un vínculo adicional de calidad y referente para las empresas españolas en el extranjero, ofreciéndoles, también aquí de forma complementaria a la labor de las **Oficinas Económicas y Comerciales** y en coordinación con éstas, soporte e información necesarios en el proceso de internacionalización, lo que reducirá los riesgos vinculados a la internacionalización potenciado así su competitividad gracias a la reducción de costes derivados de menores riesgos.

Las Cámaras aportarán y en su caso reforzarán sus contactos de manera que se genere y nutra una red de contactos vivos y de calidad para las empresas, mediante plataformas de comunicación.

Por último, desde la **Secretaría de Estado de Comercio**, se incidirá en **vincular la agenda institucional y los viajes oficiales de altos cargos al extranjero con el apoyo a misiones sectoriales**.

6.4 PROMOVER UN DIÁLOGO FLUIDO CON EL SECTOR PRIVADO DE FORMA QUE EL PLAN RESPONDE A SUS ORIENTACIONES Y NECESIDADES, RESPETANDO EL PRINCIPIO DE COMPLEMENTARIEDAD DE LAS ACTUACIONES PÚBLICAS

Es fundamental garantizar un **diálogo fluido con el sector privado: organizaciones empresariales y empresas, asegurando que la orientación de las actuaciones en apoyo a la internacionalización responde a sus necesidades**.

Se continuará trabajando con las **Asociaciones de Exportadores, la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE), la Cámara de Comercio de España (CCE)**, otras

organizaciones empresariales y cámaras de comercio, así como con universidades y con el Consejo Económico y Social (CES). Todas ellas han sido protagonistas, junto con el sector público, del impulso de la internacionalización de nuestra economía en los últimos años y lo serán sin duda para lograr que el sector exterior vuelva a ser motor de crecimiento y creación de empleo. Cabe destacar en 2020 **la IV Cumbre de Internacionalización celebrada bajo la presidencia de S.M. el Rey**, cuyos organizadores —**Club de Exportadores e Inversores Españoles, Foro de Marcas Renombradas Españolas, Asociación de Directivos Españoles, CEOE, Cámara de Comercio de España, con la colaboración del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo a través de la Secretaría de Estado de Comercio**— trasladaron a los poderes públicos y a la sociedad civil una serie de recomendaciones de vital importancia para que el sector exterior vuelva a ser palanca para la recuperación.

CONCLUSIONES DEL INFORME IV CUMBRE DE INTERNACIONALIZACIÓN: EXPANSIÓN INTERNACIONAL DE LA EMPRESA ESPAÑOLA: UN NUEVO ESCENARIO GLOBA⁵⁶

- La crisis Covid-19 está afectando coyunturalmente a la actividad internacional de las empresas españolas, pero no a su mentalidad internacional.
- En los próximos meses y años las empresas españolas van a acelerar la búsqueda de oportunidades internacionales. El negocio internacional (menos impactado que el doméstico) previsiblemente seguirá ganando cuota en su facturación y será clave para la recuperación económica de España, habida cuenta de sus beneficios.
- La Unión Europea, Estados Unidos, Latinoamérica, China y el sudeste asiático podrían ser los destinos más dinámicos para las empresas españolas en los próximos años, mientras que en Reino Unido se espera una contracción por el efecto Brexit.
- El entorno posCovid-19 será complejo y de elevada incertidumbre, con una incidencia significativa de los riesgos en la actividad internacional. Las empresas deberán analizar de forma exhaustiva y dinámica el impacto potencial de estos riesgos en su negocio y prepararse ante los mismos.
- El efecto económico de la crisis aumentará la presión competitiva, en un contexto en el que numerosas compañías españolas perciben que su competitividad frente a empresas de otros países se está viendo mermada.
- Se están produciendo relevantes cambios en los hábitos y preferencias de consumo a nivel global. Un nuevo consumidor, más digital y restrictivo y selectivo en su gasto, obliga a las empresas a incrementar el uso de canales digitales, diferenciar su propuesta de valor y orientarse decididamente al cliente en su actividad internacional.
- El nivel de preparación digital de las empresas españolas es percibido como inferior al de competidores de otros países. Las empresas deberán acelerar su transformación digital para no perder competitividad internacional.

⁵⁶ Realizado por KPMG en el marco de la IV Cumbre de Internacionalización.

- La amenaza del proteccionismo seguirá viva y las empresas valorarán reorientar su actividad a mercados menos restrictivos.
- La internacionalización en los próximos años no será ajena a la sostenibilidad: la integrará y favorecerá.
- La búsqueda de resiliencia podría generar para las empresas importantes cambios en su cultura corporativa y formas de trabajar, además de una mayor orientación inversora en su actividad internacional.
- Las empresas españolas confían en los fondos europeos de recuperación para impulsar su actividad internacional en los próximos años.

Esta colaboración público-privada es también crucial en materia de información y difusión a nivel local, provincial, autonómico y estatal de las distintas medidas e instrumentos de apoyo a la internacionalización disponibles, aprovechando la proximidad al tejido empresarial de las distintas organizaciones privadas que colaboran en materia de internacionalización.

Se intensificará la colaboración con investigadores y expertos en internacionalización para que sus análisis sirvan para orientar la política comercial.

Con el fin de contribuir a fundamentar en el conocimiento académico la aplicación de las políticas públicas, se colaborará y desarrollarán proyectos conjuntos con investigadores especializados en aquellos ámbitos de mayor interés para el diseño de las políticas de apoyo a la internacionalización. Se establecerán nuevos convenios de colaboración, como el alcanzado con el INE y el Banco de España y que constituyó un input importante para la evaluación del Plan de Acción 2017-2018, con objeto de facilitar el acceso a información de interés sobre el sector exterior. Se impulsará el intercambio de conocimiento con expertos e investigadores. Para ello, se promoverá la organización de seminarios y se reforzará la participación en eventos académicos en materia de internacionalización, como el Encuentro anual de Comercio Exterior que se viene organizando de forma conjunta con la Universidad Nebrija. Además, se realizarán convocatorias abiertas a los investigadores para que realicen estudios en las líneas de investigación consideradas prioritarias por esta Secretaría de Estado.

Con este mismo objetivo, se emplearán las publicaciones de la Secretaría de Estado de Comercio, en particular, el grupo de revistas de Información Comercial Española. El Boletín Económico de ICE, tiene como principal propósito dar a conocer la acción de la Administración en el ámbito económico y comercial. La Revista de Economía ICE, con un Consejo de Redacción formado por representantes del ámbito académico y de la administración pública, seguirá contribuyendo al debate económico acercando el rigor académico a la aplicación de políticas públicas y centrándose en las cuestiones económicas de actualidad. Por último, Cuadernos Económicos de ICE, con un perfil más científico, contribuye a la difusión y desarrollo de la investigación económica en ámbitos de interés para la administración y aspira a obtener próximamente el sello de calidad de FECYT. La Secretaría de Estado continuará impulsando la difusión de sus publicaciones mediante presentaciones virtuales y haciendo un mayor uso de las redes sociales.

VI. EJECUCIÓN Y EVALUACIÓN

La Estrategia de Internacionalización 2017-27 incorpora un sistema de evaluación que permite medir los resultados y ver en qué medida ha cambiado el diagnóstico de la internacionalización de la economía española, así como valorar si se están cumpliendo los objetivos específicos y líneas de actuación planteadas sobre la base de los indicadores definidos al respecto. Todo ello servirá de base para la elaboración de los sucesivos planes de acción bienales previstos en la Ley 14/2013.

Este sistema de evaluación es dirigido por la Secretaría de Estado de Comercio, en consulta con las instituciones implicadas en su ejecución, particularmente con ICEX.

El sistema de evaluación comprende:

- Seguimiento de la evolución de los indicadores al terminar cada plan de acción (ver Anexo I).
- Verificación del grado de ejecución de las medidas incluidas en cada plan de acción al término del mismo y su posible contribución a los objetivos asociados⁵⁷.
- Actualización del diagnóstico de la internacionalización de la economía española al final de la ejecución de cada plan de acción bienal, teniendo en cuenta acontecimientos de la coyuntura internacional que afecten a la estrategia.
- Valoración de la utilización de encuestas externas para complementar la información.
- Conclusiones y recomendaciones para la elaboración de los sucesivos planes de acción.
- Revisión a medio camino, en profundidad, de la estrategia a diez años.

La evaluación del Plan de Acción 2017-18 se ha realizado y está publicada en la web del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo⁵⁸. La evaluación del Plan 2019-2020 se realizará en el año en curso y la evaluación de este plan, en 2023. En ese año también está prevista la revisión a medio camino de la Estrategia para la Internacionalización de la Economía Española 2017-2027.

⁵⁷ Actualmente, se ha completado este ejercicio con respecto al Plan de Acción 2017-18 y está previsto que se complete el relativo al Plan de Acción 2019-2020 en el primer semestre de 2021.

⁵⁸ https://comercio.gob.es/es-es/estrategia_internacionalizacion/Paginas/informe-evaluacion-plan-2017_18.aspx

INFORME DE EVALUACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA 2017-2018

El informe tiene por objeto evaluar los resultados de la aplicación del Plan de Acción 2017-2018, primer plan bienal de desarrollo de la Estrategia Española de Internacionalización de la Economía Española 2017-2027 (EIEE).

A continuación, se resumen brevemente los principales resultados de la evaluación:

El diseño del Plan de Acción 2017-2018 es adecuado para apoyar a las empresas en su proceso de internacionalización: sus objetivos y acciones se orientan a la corrección de fallos de mercado que dificultan la internacionalización de las empresas y los abordan de forma completa y equilibrada. El diseño del Plan incluye también una atribución clara de responsabilidades.

La ejecución del Plan ha sido satisfactoria, más del 91% de las acciones evaluadas se han cumplido, aunque no se ha dispuesto de información adecuada para evaluar un 26% de las acciones.

Esta ejecución **ha permitido avanzar hacia la superación de los retos y la consecución de los objetivos** que marca la EIEE, en particular, mediante el crecimiento de las exportaciones, la ampliación de la base exportadora, el aumento de la participación de nuestras empresas en licitaciones internacionales y el refuerzo del atractivo de nuestra economía para captar inversiones.

Los principales instrumentos de apoyo a la internacionalización son, en líneas generales, eficaces. No obstante, esta eficacia debe reforzarse mediante una mayor difusión, especialmente entre las pymes, mejorando su capacidad de adaptación con flexibilidad ante un entorno que es cambiante y adaptándose a las características y necesidades de las empresas internacionalizadas o con potencial para la internacionalización. En particular, se recomienda:

- **Promover la visibilidad de ICEX España Exportación e Inversiones, especialmente entre las microempresas y pequeñas empresas** con potencial exportador, para que puedan aprovechar en mayor medida la acreditada eficacia de las acciones de ICEX orientadas a acompañar a las empresas en el inicio de la actividad exportadora o en el acceso a nuevos mercados. También se debe seguir **impulsando los programas que atienden a las necesidades de empresas emergentes en expansión**, que presentan un gran potencial de crecimiento e internacionalización.
- **Continuar reforzando la orientación de Invest in Spain hacia empresas y proyectos de alto valor añadido**, manteniendo el compromiso con la cultura de evaluación de los programas de atracción de inversiones.

- **Dotar a CESCE de mayor agilidad y capacidad de adaptación** a un entorno internacional cambiante, en línea con lo observado en agencias homólogas de países de nuestro entorno.
- **Reforzar la articulación entre los principales instrumentos financieros** de fomento a la internacionalización (COFIDES, FIEX y FONPYME, FIEM, etc.) y entre estos y otros servicios de apoyo a la internacionalización, así como continuar impulsando el papel del FIEM como complementario de la financiación privada, especialmente con relación a las pymes.
- **Potenciar el papel como prescriptores de servicios de apoyo ajustados a las necesidades de las empresas de las redes territorial y exterior** (redes de Direcciones Territoriales y Provinciales de Comercio y de Oficinas Económicas y Comerciales en el Exterior), que dotan de la necesaria capilaridad a las acciones de apoyo a la internacionalización.
- Tener presente la **importancia de los acuerdos comerciales** entre la UE y terceros países, reforzada en el actual escenario de tensiones comerciales e intensificar los esfuerzos de **difusión de sus ventajas**, en especial entre las pymes.
- Potenciar el enfoque de **apertura y participación** en el diseño y seguimiento de futuros planes y seguir mejorando los **mecanismos de seguimiento** e indicadores para que sirvan como sistemas de alerta temprana ante cambios en el entorno.

El conjunto de recomendaciones del informe, algunas de ellas ya incorporadas en la ejecución del Plan 2019-2020, cobra mayor importancia ante la crisis sanitaria y sus efectos económicos. La pandemia está dando lugar a cambios profundos en el entorno económico y la ejecución y el diseño de los Planes de Acción para la aplicación de la EIEE debe adaptarse a estos cambios para acompañar con éxito a las empresas en su esfuerzo de internacionalización y afianzar así la contribución positiva del sector exterior a la recuperación y a un crecimiento equilibrado.

ANEXOS

- **ANEXO I:** RECURSOS DISPONIBLES DE LOS DISTINTOS INSTRUMENTOS COMERCIALES Y DE APOYO FINANCIERO A LA INTERNACIONALIZACION
- **ANEXO II:** CONTRIBUCIONES DE LOS MINISTERIOS DEL GRUPO DE TRABAJO INTERMINISTERIAL DE APOYO A LA INTERNACIONALIZACIÓN
- **ANEXO III:** CUADRO DE INDICADORES ASOCIADOS A LOS RETOS DE LA ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACIÓN 2017-2027
- **ANEXO IV:** CUADRO DE INDICADORES DEL PLAN DE ACCIÓN 2021-22
- **ANEXO V:** SERVICIOS EN APOYO A LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS INSTITUCIONES DE ÁMBITO AUTONÓMICO

ANEXO I
RECURSOS DISPONIBLES DE LOS DISTINTOS INSTRUMENTOS
COMERCIALES Y DE APOYO FINANCIERO
A LA INTERNACIONALIZACION

Volumen de recursos de los instrumentos comerciales y de apoyo financiero a la internacionalización	2021
ICEX España Exportación e Inversiones	131.018.620 €
FIEM (Fondo para la Internacionalización de la Empresa)	500.000.000 €
FIEX (Fondo para Inversiones en el Exterior-COFIDES)	350.000.000 €
FONPYME (Fondo para Operaciones de Inversión en el Exterior de la Pequeña y Mediana Empresa-COFIDES)	35.000.000 €
COFIDES (Recursos propios)	44.000.000 €
ICO (Nueva actividad financiera internacional)	1.600.000.000 €
CESCE: contratación de seguro por cuenta del Estado	2.021.000.000 €
TOTAL MÁXIMO PREVISTO	4.681.018.620 €

ANEXO II
CONTRIBUCIONES DE LOS MINISTERIOS DEL GRUPO DE TRABAJO
INTERMINISTERIAL DE APOYO A LA INTERNACIONALIZACIÓN:
CONTRIBUCIÓN DEL MINISTERIO DE CULTURA Y DEPORTE

EJE 1: OFRECER UN APOYO A LA INTERNACIONALIZACIÓN CADA VEZ MÁS ADAPTADO A LAS NECESIDADES Y AL PERFIL DE NUESTRAS EMPRESAS

- i) **Dinamización de hubs o viveros creativos:** en los dos últimos años, se ha impulsado la celebración de encuentros de colaboración y **networking** entre gerentes de toda España, necesarios para impulsar procesos asociativos y potenciar las industrias culturales y creativas.
- ii) **Impulso a la concesión de avales para las Industrias Creativas y Culturales:** Anualmente se concede una ayuda nominativa de 300.000 euros a la sociedad de garantía recíproca CREA SGR para la concesión de avales necesarios para la obtención de préstamos destinados a la puesta en marcha de nuevos proyectos o actividades de las industrias culturales y creativas. Adicionalmente, en 2020 se puso en marcha por parte del Ministerio de Cultura y Deporte junto con CREA SGR una línea de liquidez dirigida exclusivamente al sector cultural por una cuantía total de 780.000.000 €. Esta línea de acceso a la financiación no sólo estará abierta a los sectores culturales más tradicionales, sino que también comprenderá a otros sectores como la moda de autor, y otros vinculados directamente a la cultura digital, como el sector de los videojuegos. Las solicitudes a esta línea pueden presentarse hasta el 31 de octubre de 2021.
- iii) **Apoyo a nuevas fuentes de financiación:** se ha impulsado la promoción de nuevas fuentes de financiación alternativa como el *crowdfunding* o el *crowdlending* para las industrias culturales y creativas.
- iv) **Ayudas para la participación de películas españolas en festivales de cine:** el Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA) convoca esta línea de subvenciones que tiene por objeto la concesión de ayudas a las empresas productoras para la participación de películas españolas en los festivales y en las ceremonias de entrega de premios cinematográficos de reconocido prestigio. Por otra parte, ICAA junto a ICEX, coordinarán sus **actividades de promoción** en los mercados audiovisuales internacionales, incluyendo, cuando así se acuerde, su participación conjunta en los mismos.
- v) **Plataforma de venta de derechos (sector del libro):** se ha creado, con la colaboración de la Federación de Gremios de Editores de España, una plataforma denominada *Books from Spain*, en la que figuran los datos de libros con derechos libres para territorios internacionales.
- vi) **Misiones comerciales (sector del libro):** se incrementarán las misiones comerciales en países estratégicos para el sector. Se incrementará la presencia de creadores (autores, traductores e ilustradores) en ferias y festivales internacionales, a fin de potenciar su presencia internacional, que finalmente puede derivar en el aumento de las ventas en el exterior.
- vii) **Apoyo a las empresas españolas del sector de las artes escénicas y musicales en sus giras internacionales.**

EJE 2: INCORPORAR LA INNOVACIÓN, LA TECNOLOGÍA, LA MARCA Y LA DIGITALIZACIÓN A LA INTERNACIONALIZACIÓN

- i) **Ayudas para la modernización e innovación de las industrias culturales y creativas, mediante proyectos digitales y tecnológicos:** se dirigen a profesionales autónomos, pequeñas empresas y microempresas y está dotada en 2020 con una cuantía de 1.940.000 €. La finalidad de la medida es apoyar a las PYMES para que superen los umbrales mínimos de eficiencia y/o rentabilidad que les permita competir en un mercado global.
- ii) **Facilitar el visionado de películas por parte de programadores internacionales:** el ICAA tiene entre sus objetivos el desarrollo de una plataforma on line para el visionado de películas por parte de programadores de festivales internacionales y posibles prescriptores del cine español en el circuito cultural internacional. La plataforma de nueva creación se engloba en la línea de trabajo europea de sostenibilidad y digitalización, y permitirá canalizar el trabajo que se viene haciendo desde hace años de visionados presenciales y a distancia, con el objetivo de ampliar el rango de cobertura de festivales y su especificidad: documentales, género, animación, cortos, fantástico, etc.
- iii) **Transformación digital del sector del libro:** se destinará una parte importante de los fondos que se reciban del Fondo de Recuperación y Resiliencia de la UE. Incluirá transformación de toda la cadena y formación en cómo hacer negocios en el canal digital, para aprovechar todas sus oportunidades.

EJE 4: APROVECHAR MEJOR LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO DERIVADAS DE LA POLÍTICA COMERCIAL COMÚN Y DE LAS INSTITUCIONES FINANCIERAS Y ORGANISMOS MULTILATERALES.

- i) **Impulsar el acceso competitivo de las empresas españolas de contenidos creativos al Mercado Único Digital de la Unión Europea, mediante la adaptación del marco regulatorio de los derechos de propiedad intelectual y la creación de la Oficina Española de Propiedad Intelectual.**

El Mercado Único Digital de la Unión Europea es una ventana de oportunidad para nuestro sector cultural, que cuenta con la ventaja de utilizar un idioma de enorme atractivo como es el español. Pero, para lograr aprovechar esa ventana de oportunidad, es necesario:

- Que las autoridades españolas velen y garanticen una elevada protección de los derechos de propiedad intelectual, en particular en el entorno digital, en base a las recientes medidas regulatorias europeas del Mercado Único Digital. De este modo, se mejorará el acceso a contenidos protegidos, se crearán unas condiciones adecuadas de competencia iguales para todos los operadores del mercado, se facilitarán los usos de carácter

transfronterizo de obras y prestaciones en el entorno digital, y se maximizará el potencial de crecimiento de la economía digital.

A este respecto se ha iniciado ya el procedimiento normativo para la aprobación de la futura Ley sobre los derechos de propiedad intelectual en el Mercado Único Digital europeo, que transpondrá al Derecho interno español la Directiva 2019/789 SatCab y la Directiva 2019/790 de derechos de autor en el Mercado Único Digital.

Por otro lado, España puede aprovechar las oportunidades de negocio derivadas de la salida de Reino Unido de la UE que podría conllevar la deslocalización de empresas británicas de las industrias creativas a un Estado miembro de la UE, con el fin de seguir beneficiándose del Mercado Único Digital, haciendo que el territorio español sea atractivo y se beneficie de tales deslocalizaciones empresariales.

- Que la Administración General del Estado se dote de la nueva Oficina Española de Propiedad Intelectual, cuya creación ya ha anunciado el Ministro de Cultura y Deporte, y que podrá impulsar esta medida de acceso competitivo de las empresas españolas de contenidos creativos al Mercado Único Digital de la UE y desempeñar la actividad administrativa que corresponde al Estado en materia de derechos de autor y derechos conexos, conforme a la legislación y convenios internacionales vigentes, constituyéndose en el instrumento adecuado en relación con las necesidades y oportunidades que representa este campo para el interés general de España, impulsando la administración digital en este ámbito y en especial para la propuesta de las medidas necesarias para la regulación y la observancia de los derechos de propiedad intelectual, incluyendo aquella de la que son objeto los contenidos en el ámbito de la Sociedad de la Información.

- ii) **Acuerdo CERSA-FEI para facilitar el acceso a la financiación de las Industrias Culturales y Creativas (ICC):** en enero de 2017 se firmó un acuerdo entre el FEI (Fondo Europeo de Inversiones) y CERSA (Compañía Española de Reafianzamiento) para facilitar el acceso a la financiación de las empresas de las ICC. España se convirtió así en el primer país de la Unión Europea en abrir una línea de financiación para las PYME del sector cultural y creativo gracias al Programa de Garantías de Europa Creativa. La línea se canaliza por las 19 Sociedades de Garantía Recíproca (SGR) a través de sus 60 oficinas en toda España. En concreto, destaca en esta canalización el papel de CREA SGR.
- iii) **Impulsar el acceso competitivo a los fondos europeos destinados a la internacionalización y desarrollo de las ICC, a través de la Oficina Europa Creativa España, localizada en el Ministerio de Cultura y Deporte:** esta oficina ofrece un servicio de información y asesoría gratuita, actividades de difusión de las posibilidades de financiación de este programa europeo y talleres para la mejora de la capacitación de las ICCs españolas, sobre materias como desarrollo de audiencias, creación y distribución digital, acceso a nuevos mercados y nuevos modelos de negocio.
- iv) **Promoción de la cinematografía española en el exterior: participación en organismos internacionales y programas como:**

- El Fondo de Ayuda a la Coproducción y Distribución «Eurimages», que promueve las coproducciones y la distribución transnacional de películas.
- El Observatorio Audiovisual Europeo, entidad dedicada al análisis de la información sobre la industria audiovisual europea y que aporta una visión global a través de su Centro de Datos, accesible para los distintos sectores. España es miembro de pleno derecho.
- El Programa IBERMEDIA, que funciona desde 1998 para coproducciones, formación, distribución y desarrollo de proyectos cinematográficos y series iberoamericanos, con gran acogida entre los países participantes y el sector cinematográfico.
- *European Film Promotion*. Plataforma de promoción del cine europeo en la que España actúa como Estado miembro desde 1997.
- Otros como *European Film Academy*, *European Film Agency Directors Association* (EFAD), la Federación Internacional de Archivos Fílmicos y la Conferencia de Autoridades Cinematográficas Iberoamericanas.

EJE 5: POTENCIAR LA CAPTACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE LA INVERSIÓN EXTRANJERA DE ALTO VALOR AÑADIDO

- i) **Videojuegos:** la industria del videojuego se considera estratégica al haberse convertido en motor de la economía digital en España. Por ello, se está trabajando conjuntamente con el sector, en la puesta en marcha de todas aquellas acciones capaces de potenciar la industria cultural del videojuego en nuestro país, así como atraer talento e inversión.

En 2017 se constituyó la **Mesa del Videojuego** como mesa de trabajo permanente conformada por la Administración General del Estado, las Comunidades Autónomas y el sector del videojuego en España. Entre los objetivos establecidos en el acuerdo de constitución de la Mesa del videojuego figuran algunos directamente relacionados con la internacionalización del sector (mejorar la competitividad del sector, adoptar incentivos fiscales e impulsar el intercambio temporal de profesionales). En la actualidad se está trabajando en promover medidas de apoyo fiscal específicas, similares a sectores como el cine.

- ii) **Atracción de rodajes extranjeros a España:** España se ha convertido en un atractivo destino para rodajes de distintas producciones audiovisuales de todo el mundo. El atractivo de España para las producciones cinematográficas y televisivas extranjeras nace no solo del reconocimiento internacional de sus profesionales, de sus escenarios y de unas condiciones meteorológicas excelentes, sino también de un **nuevo marco tributario** que mejora en gran medida el sistema de incentivos para la industria cinematográfica.

En este sentido, todos los actores involucrados trabajaran de forma coordinada para la atracción de rodajes a España en el marco del Plan de Impulso al Sector Audiovisual.

Asimismo, ICAA participa junto con los ministerios de Asuntos Económicos y Transformación Digital, Interior, Inclusión, Seguridad Social y Migraciones, Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación, Policía e ICEX en un grupo de trabajo sobre visados para profesionales del sector audiovisual. En el marco de este grupo de trabajo y en el contexto de restricciones en frontera impuestas por la situación sanitaria, se ha puesto en marcha un **procedimiento para autorizar la entrada de profesionales del sector** como profesionales altamente cualificados que incluye la emisión de un informe de la Dirección General del ICAA.

- iii) **Ayudas a traducción (sector del libro):** se incrementarán las ayudas a la traducción en lenguas extranjeras.

ANEXO III
CUADRO DE INDICADORES ASOCIADOS A LOS RETOS DE
LA ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACIÓN 2017-2027

RETOS E INDICADORES ESTRATEGIA 2017-2027	2019	2020
1. Alcanzar un valor de exportaciones nominales de bienes de 400.000 millones de euros en 2027		
Indicador 1.1: Valor nominal de las exportaciones de bienes (M€) ⁽¹⁾	290.089,1	261.175,5
Indicador 1.2: Crecimiento real de las exportaciones de bienes respecto al ejercicio anterior (%) ⁽²⁾	0,8	-8,9
Indicador 1.3: Cuota de mercado en las importaciones de bienes que realizan el mundo, la UE-27, la zona euro, las principales economías de la UE (%) ⁽¹⁾	Mundial: 1,76	N/D
	UE-28: 3,60	N/D
	UEM-19: 4,06	N/D
	Alemania: 3,08	N/D
	Francia: 7,14	N/D
	Italia: 5,42	N/D
	Reino Unido: 3,07	N/D
Indicador 1.4: Peso de las exportaciones de bienes y servicios sobre el PIB de la economía española (%) ⁽³⁾	34,9	30,6
2. Conseguir que 60.000 empresas exporten regularmente en 2027		
Indicador 2.1: Número de empresas exportadoras (>1.000€ anuales) ⁽¹⁾	95.572	88.425
Indicador 2.2: Número de operadores que exportan regularmente ⁽¹⁾	52.949	55.133
3. Conseguir en el periodo 2017-2027 contratos por valor de 650.000 millones de euros en licitaciones internacionales para las empresas españolas		
Indicador 3.1: Monto de contratos ganados por empresas españolas en licitaciones internacionales (M€) ⁽⁴⁾	52.225,02	39.240,42 ⁽⁷⁾
Indicador 3.2: Monto de los contratos adjudicados en licitaciones internacionales y financiados por Instituciones Financieras Internacionales (M\$) ⁽⁴⁾	43.365,54	N/D
Indicador 3.3: Monto de los contratos adjudicados a empresas españolas en licitaciones de Instituciones Financieras Internacionales (M\$) ⁽⁴⁾	697,17	N/D
Indicador 3.4: Peso de los contratos adjudicados a empresas españolas en relación al total de los financiados con fondos provenientes de Instituciones Financieras Internacionales en el mundo (%) ⁽⁴⁾	1,61	N/D
4. Alcanzar en 2027 un stock de inversiones directas extranjeras de 500.000 millones de euros		
Indicador 4.1: Stock de inversión extranjera en España (M\$) ⁽⁵⁾	751.510	N/D
Indicador 4.2: Stock de inversión extranjera en España en relación al PIB español (%) ⁽⁵⁾	54,4	N/D
Indicador 4.3: Stock de inversión extranjera en España en relación al stock de inversión mundial (%) ⁽⁵⁾	2,06	N/D
Indicador 4.4: Inversión bruta extranjera en España (M€) ⁽⁶⁾	26.480	28.871
Indicador 4.5: Inversión bruta extranjera con relación al PIB español (%) ⁽⁶⁾	2,13	2,58

(1) Fuente: SG Estudios y Evaluación de Instrumentos de Política Comercial, Secretaría de Estado de Comercio. Mº Industria, Comercio y Turismo

(2) Fuente: EUROSTAT.

(3) Fuente: INE.

(4) Fuente: SG Estrategia de Internacionalización, Secretaría de Estado de Comercio (Datos LICINT). Mº Industria, Comercio y Turismo.

(5) Fuente: UNCTAD.

(6) Fuente: Registro de Inversiones Exteriores, Secretaría de Estado de Comercio. Mº Industria, Comercio y Turismo.

(7) Dato Provisional

ANEXO IV
CUADRO DE INDICADORES
DEL PLAN DE ACCIÓN 2021-2022

Los siguientes cuadros recogen:

- En primer lugar, un resumen de los indicadores ordenados según los cuatro objetivos específicos de la Estrategia de Internacionalización de la Economía Española 2017-2027 (EIEE).
- En segundo lugar, una clasificación exhaustiva de los indicadores de situación y de actividad, ordenados según los seis ejes de la EIEE 2017-2027 y según los objetivos intermedios, primero para el año 2020 y después para el año 2019.

1. Aumento de la propensión a la internacionalización de la economía española y de la base de empresas que exportan regularmente. Particularmente con el foco en mejorar el acceso de las pymes a los mercados exteriores

Propensión a la internacionalización	
1.1	Peso del volumen de exportaciones de bienes y servicios sobre el PIB de la economía española
1.2	Grado de apertura de la economía española
1.3	Stock de inversión directa de España en el exterior en relación con el stock de IED mundial
1.4	Stock de inversión directa de España en el exterior en relación con el PIB español
Empresas que exportan regularmente	
1.5	Número de empresas exportadoras
1.6	Número de empresas que exportan regularmente
1.7	Número de empresas que exportan regularmente (>5.000€ anuales)
Mayor acceso de las pymes a la internacionalización	
1.8	Número de pymes exportadoras sobre el total de empresas exportadoras
1.9	Peso del volumen exportado por pymes sobre el volumen total de exportación de bienes

2. Diversificar los mercados de destino de exportación e inversión, buscando promover la implantación de nuestras empresas en sectores estratégicos en determinados mercados¹

Diversificar los mercados de destino de exportación e inversión	
2.1	Porcentaje de exportación a mercados terceros fuera de la UE
2.2	Porcentaje de exportaciones a países PASE

¹ Este objetivo se persigue fundamentalmente a través del ejercicio PASE (Países con Actuación Sectorial Estratégica), que es complementario a este plan.

3. Incrementar el valor añadido de las exportaciones y la inserción de nuestras exportaciones en las cadenas globales de valor

Incrementar el nivel tecnológico de las exportaciones españolas	
3.1	Porcentaje de exportaciones españolas en sectores de medio y alto de nivel tecnológico sobre el total
Mejorar la inserción de las exportaciones españolas en las cadenas globales de valor (CGV)	
3.2	Participación de España en las CGV:
3.2.1	"Backward Participation".
3.2.2	"Forward Participation".

4. Aumentar la atracción de inversión extranjera

Aumentar la atracción de inversión extranjera	
4.1	Stock de inversión extranjera en España
4.2	Stock de inversión extranjera en España en relación con el stock de inversión mundial
4.3	Stock de inversión extranjera en España en relación con el PIB español

EJE 1: Ofrecer un apoyo a la internacionalización cada vez más adaptado a las necesidades y al perfil de nuestras empresas					
OBJETIVO ESPECÍFICO	INDICADORES DE SITUACIÓN DEL SECTOR EXTERIOR	2020	OBJETIVO INTERMEDIO	INDICADORES DE ACTIVIDAD	2020
1. Aumento de la propensión a la internacionalización de la economía española y de la base de empresas que exportan regularmente. Particularmente con el foco en mejorar el acceso de las PYMES a los mercados exteriores	1.1 Peso del volumen de exportaciones de bienes y servicios sobre el PIB de la economía española (%)	30,6	Ampliar nuestro conocimiento de las empresas exportadoras y las potencialmente exportadoras () y diseñar programas adaptados ⁽¹⁾	Número de consultas atendidas por Ventana Global	51.152
				Número de jornadas ICEX Dinamiza ⁽³⁾	0
	1.2. Grado de apertura de la economía española (%)	59,8	Modernizar y mejorar los instrumentos de apoyo financiero oficial	Volumen total de apoyo financiero oficial para la internacionalización dispuesto por parte de las empresas con cargo a: FIEM, COFIDES (con cargo a sus propios recursos y como gestora de los fondos FLEX y FONPYME), recursos de ICO para internacionalización (M€)	404,73 (FIEM) + 88,85 (COFIDES) + 2.590,00 (ICO)
	1.3. Stock de inversión directa de España en el exterior en relación al stock de IED mundial (%) ⁽²⁾	1,75		Volumen de financiación con cargo al Fondo para la Internacionalización de las empresas (FIEM) (M€)	404,73
				Volumen de financiación con cargo al Instituto de Crédito Oficial (M€)	2.590,00
	1.4. Stock de inversión directa de España en el exterior en relación al PIB español (%) ⁽²⁾	43,38		Volumen de financiación con cargo a la Compañía Española de Financiación del Desarrollo (COFIDES) incluyendo fondos FLEX y FONPYME así como sus propios recursos (M€)	26,04 (rec. propios) + 62,81 (44,15 FLEX + 18,66 FONPYME)
	1.5. Número de empresas exportadoras (> 1.000€ anuales)	88.425		Operaciones aprobadas de seguro por cuenta del estado por parte de CESCE (M€)	3.081

⁽¹⁾ Engloba los subobjetivos intermedios 1.1 a 1.4 en el texto del plan.

⁽²⁾ Fuente: UNCTAD. Datos 2019.

⁽³⁾ En 2020 el programa ITEX Dinamiza desaparece y estos servicios se integran como ITEX Capacita.

EJE 1: Ofrecer un apoyo a la internacionalización cada vez más adaptado a las necesidades y al perfil de nuestras empresas					
OBJETIVO ESPECÍFICO	INDICADORES DE SITUACIÓN DEL SECTOR EXTERIOR	2020	OBJETIVO INTERMEDIO	INDICADORES DE ACTIVIDAD	2020
1. Aumento de la propensión a la internacionalización de la economía española y de la base de empresas que exportan regularmente. Particularmente con el foco en mejorar el acceso de las PYMES a los mercados exteriores	1.6. Número de operadores que exportan regularmente	55.133	Conocer en profundidad las características y necesidades de las PYMES para incorporar medidas focalizadas a apoyar su internacionalización	Número de actividades con pymes participantes en el programa ITEX Next	272
	1.7. Número de empresas que exportan regularmente (>5.000€ anuales)	35.457	Facilitar el acceso de las empresas, en especial PYMES, a la información en materia de comercio exterior y sector/mercado que sea útil en su proceso de toma de decisiones	Número de informes sector-mercado publicados	669
	1.8. Porcentaje de PYMES exportadoras (%) ⁽⁴⁾⁽⁵⁾	7,2		Número de jornadas ITEX Capacita ⁽⁶⁾	113
	1.9. Peso del volumen exportado por PYMES sobre el volumen total de exportación de bienes (%) ⁽⁴⁾	49,4	Introducción de la sostenibilidad como política transversal	Número de oportunidades de negocio identificadas en programa Impact+	34

⁽⁴⁾ Fuente: Departamento de Aduanas e I. EE. De la Agencia Tributaria. Dato: 2018

⁽⁵⁾ PYMES de sectores industria y comercio

⁽⁶⁾ Dato provisional

PAÍSES CON ACTUACIÓN SECTORIAL ESTRATÉGICA (PASE)					
OBJETIVO ESPECÍFICO	INDICADORES DE SITUACIÓN DEL SECTOR EXTERIOR	2020	OBJETIVO INTERMEDIO	INDICADORES DE ACTIVIDAD	2020
2. Diversificar los mercados de destino de exportación e inversión	2.1. Porcentaje de exportaciones de mercancías a mercados terceros fuera de la Unión Europea (%)	39,5	Selección de los mercados y sectores en los que nuestra presencia está por debajo de nuestro potencial	Estudios elaborados a través de análisis cuantitativos y cualitativos	Estudio prospectivo sobre prioridades geográfico-sectoriales de apoyo a la internacionalización tras el impacto de la covid-19
			Definición de las actuaciones para corregir nuestra presencia en esos mercados	Contrastar resultados y búsqueda de soluciones con OFECOMES, ICEX, DG POLCOM y DG COMINVER	Realizado último trimestre 2020 y primero de 2021
	2.2. Porcentaje de exportaciones de mercancías a países PASE (%)	18,2	Seguimiento de la ejecución y el impacto de los PASE	Revisión a mitad de la Estrategia de Internacionalización de las medidas ejecutadas	Pendiente

EJE 2: Incorporar la innovación, la tecnología, la marca y la digitalización a la internacionalización						
OBJETIVO ESPECÍFICO	INDICADORES DE SITUACIÓN DEL SECTOR EXTERIOR	2020	OBJETIVO INTERMEDIO	INDICADORES DE ACTIVIDAD	2020	
3. Incrementar el valor añadido de las exportaciones y la inserción de nuestras exportaciones en las cadenas globales de valor	3.1. Porcentaje de exportaciones españolas manufactureras en sectores de medio y alto nivel tecnológico sobre el total (%)	53,0	Incorporación de la innovación tecnológica	Seguimiento de la posición de España en el <i>Global Innovation Index</i>	27	
				Número de actividades ICEX en sectores de alto contenido tecnológico (tecnología industrial y servicios profesionales e infraestructuras, sanidad y TIC)	228	
	3.2. Participación de España en las cadenas globales de valor (%) ⁽⁷⁾	40,3	Favorecer la creación y consolidación de las marcas individuales de las empresas y mejorar la imagen país como marca colectiva	Número de ferias organizadas por ICEX (ferias de Pabellón Oficial y Espacio España)	37 (25 presenciales +12 virtuales)	
	3.2.1. <i>Backward participation</i> (%) ⁽⁷⁾	22,7	Incorporar la digitalización en los modelos de negocio de las empresas	Participantes en jornadas de difusión de programas de digitalización (e-Market Services, <i>digital cross-border</i> , y otros programas de fomento de la digitalización empresarial)	9.311	
	3.2.2. <i>Forward participation</i> (%) ⁽⁷⁾	17,6				

⁽⁷⁾ Dato: 2015

EJE 3: Desarrollar el capital humano para la internacionalización					
OBJETIVO ESPECÍFICO	INDICADORES DE SITUACIÓN DEL SECTOR EXTERIOR	2020	OBJETIVO INTERMEDIO	INDICADORES DE ACTIVIDAD	2020
1. Aumento de la propensión a la internacionalización de la economía española y de la base de empresas que exportan regularmente. Particularmente con el foco en mejorar el acceso de las PYMES a los mercados exteriores	1.1 Peso del volumen de exportaciones de bienes y servicios sobre el PIB de la economía española (%)	30,6	Potenciación de la formación en internacionalización utilizando las nuevas tecnologías	Número de programas de formación en internacionalización impartidos	180
	1.2. Grado de apertura de la economía española (%)	59,8		Número de alumnos en programas de formación en internacionalización	9.634
	1.3. Stock de inversión directa de España en el exterior en relación al stock de IED mundial (%) ⁽²⁾	1,75		Número de ex-becarios ICEX que se incorporan a empresas internacionalizadas y en OOII	16
	1.4. Stock de inversión directa de España en el exterior en relación al PIB español (%) ⁽²⁾	43,38		Número de becarios de las CCAA en la Red de Oficinas Económicas y Comerciales	155
	1.5. Número de empresas exportadoras (>1.000€ anuales)	88.425	Internacionalización de las universidades españolas	Número de actividades ICEX en el sector Educativo (servicios internacionalización educativa)	13
	1.6. Número de empresas que exportan regularmente	55.133			
	1.7. Número de empresas que exportan regularmente (>5.000€ anuales)	36.248	Facilitar la atracción de talento		
	1.8 Porcentaje de pymes exportadoras ⁽⁴⁾⁽⁵⁾	7,2		Número de visados y autorizaciones de residencia aprobados al amparo de la sección de movilidad internacional de la Ley de Emprendedores	692
	1.9. Peso del volumen exportado por PYMES sobre el volumen total de exportación de bienes (%) ⁽⁴⁾	49,4			

⁽²⁾ Fuente: UNCTAD. Dato 2019.⁽⁴⁾ Fuente: Departamento de Aduanas e Ii. EE. De la Agencia Tributaria. Dato: 2018⁽⁵⁾ PYMES de sectores industria y comercio

EJE 4: Aprovechar mejor las oportunidades de negocio derivadas de la política comercial común y de las IFIs					
OBJETIVO ESPECÍFICO	INDICADORES DE SITUACIÓN DEL SECTOR EXTERIOR	2020	OBJETIVO INTERMEDIO	INDICADORES DE ACTIVIDAD	2020
1. Aumento de la propensión a la internacionalización de la economía española y de la base de empresas que exportan regularmente. Particularmente con el foco en mejorar el acceso de las PYMES a los mercados exteriores	1.1 Peso del volumen de exportaciones de bienes y servicios sobre el PIB de la economía española (%)	30,6	Contar con mercados más abiertos y acuerdos comerciales que abarquen materias más ambiciosas	Número de acuerdos comerciales de la UE con terceros países en negociación (%)	29
	1.2 Grado de apertura de la economía española (%)	59,8	Aumentar la influencia de España en las instituciones y organismos internacionales	Número de acuerdos en vigor que contengan capítulo específico en materia de desarrollo sostenible, PYMEs y género	12
	1.3 Stock de inversión directa de España en el exterior en relación al stock de IED mundial (%) ⁽²⁾	1,75	Aumentar la participación de empresas españolas en contratos de licitaciones internacionales	Número de españoles contratados internamente en las instituciones de la UE	4.088
	1.4 Stock de inversión directa de España en el exterior en relación al PIB español (%) ⁽²⁾	43,38		Número de españoles contratados internamente en las IFIs	467
	1.5 Número de empresas exportadoras (>1.000€ anuales)	88.425		Monto de los contratos ganados por empresas españolas en licitaciones internacionales (M€) ⁽⁶⁾	39.240,42
	1.6 Número de empresas que exportan regularmente	55.133		Monto de los contratos adjudicados en licitaciones internacionales y financiados por Instituciones Financieras Internacionales (M\$)	N/D
	1.7 Número de empresas que exportan regularmente (>5.000€ anuales)	35.457	Aumentar la participación de empresas españolas en contratos de licitaciones internacionales	Monto de los contratos adjudicados a empresas españolas en licitaciones de Instituciones Financieras Internacionales (M\$)	N/D
	1.8 Porcentaje de pymes exportadoras ^{(4) (5)}	7,2		Peso de los contratos adjudicados a empresas españolas en relación al total de los financiados con fondos provenientes de Instituciones Financieras Internacionales en el mundo (%)	N/D
	1.9 Peso del volumen exportado por pymes sobre el volumen total de exportación de bienes (%) ⁽⁶⁾	49,4		Número de oportunidades de negocio difundidas	315.847
				Número de Partenariados para el desarrollo y otras actividades con IFIs ⁽⁶⁾	1

⁽²⁾ Fuente: UNCTAD. Dato 2019.

⁽⁴⁾ Fuente: Departamento de Aduanas e II. EE. De la Agencia Tributaria. Dato: 2018.

⁽⁵⁾ PYMES de sectores industria y comercio.

⁽⁶⁾ Dato provisional

⁽⁶⁾ El partenariado se reconvirtió en webinar con IFIs.

EJE 5: Potenciar la captación y consolidación de la inversión extranjera de alto valor añadido					
OBJETIVO ESPECÍFICO	INDICADORES DE SITUACIÓN DEL SECTOR EXTERIOR	2020	OBJETIVO INTERMEDIO	INDICADORES DE ACTIVIDAD	2020
4. Aumentar la atracción de inversión extranjera	4.1. Stock de inversión extranjera en España (M\$) ⁽²⁾	751.510	Captación activa de proyectos de inversión extranjera en países y sectores prioritarios/ estratégicos	Seguimiento de la posición en el <i>Doing Business</i>	30
				Seguimiento de la posición en el <i>The Global Competitiveness Index</i>	N/D
				Seguimiento de la posición en el <i>World Competitiveness Yearbook</i>	36
				Valoración del Clima de Negocio (sobre 5)	2,8
				Número de actividades de captación y financiación de inversiones	1.489
	4.2. Stock de inversión extranjera en España en relación al stock de inversión mundial (%) ⁽²⁾	2,06	Promoción de España como plataforma global de negocios e inversiones	Número de actividades de promoción	115
				Stock de IED 2018 (M€)	42.663
				Flujos de IED 2020 (M€)	969
	4.3. Stock de inversión extranjera en España en relación con el PIB español (%) ⁽²⁾	54,4	Apoyo a inversiones tecnológicas y al emprendimiento en sectores/ actividades innovadoras	Número de solicitudes de proyectos de Fondo Tecnológico	48
				Número de solicitudes de proyectos de <i>Rising up in Spain</i>	355

⁽²⁾ Fuente: UNCTAD. Dato 2019.

EJE 6: Reforzar la coordinación y complementariedad de las acciones de todos los actores relevantes en materia de internacionalización					
OBJETIVO ESPECÍFICO	INDICADORES DE SITUACIÓN DEL SECTOR EXTERIOR	2020	OBJETIVO INTERMEDIO	INDICADORES DE ACTIVIDAD	2020
Eje transversal			Mejorar la colaboración entre las distintas administraciones e instituciones del sector público que actúan en el apoyo a la internacionalización	Número de reuniones de Cooperación con CC.AA. y con otros organismos públicos (no OPCs) (CIE/CAI/Otras)	24
			Buscar sinergias entre las políticas de internacionalización y otras políticas	Número de reuniones del Grupo Interministerial de Apoyo a la Internacionalización y otras reuniones interministeriales de coordinación en política de internacionalización	7
			Establecer un diálogo fluido con el sector privado para asegurar que la orientación del plan responde a su orientaciones	Número de Alianzas activas con asociaciones e instituciones del sector privado (en actividades de Planes Sectoriales, AMRE, CEOE, Cámara de España, y Fundación Cre100do)	87
				Reuniones con las distintas Asociaciones colaboradoras con la Secretaría de Estado de Comercio	83

EJE 1: Ofrecer un apoyo a la internacionalización cada vez más adaptado a las necesidades y al perfil de nuestras empresas					
OBJETIVO ESPECÍFICO	INDICADORES DE SITUACIÓN DEL SECTOR EXTERIOR	2019	OBJETIVO INTERMEDIO	INDICADORES DE ACTIVIDAD	2019
1. Aumento de la propensión a la internacionalización de la economía española y de la base de empresas que exportan regularmente. Particularmente con el foco en mejorar el acceso de las PYMES a los mercados exteriores	1.1. Peso del volumen de exportaciones de bienes y servicios sobre el PIB de la economía española (%)	34,9	Ampliar nuestro conocimiento de las empresas exportadoras y las potencialmente exportadoras (...) y diseñar programas adaptados ⁽¹⁾	Número de consultas atendidas por Ventana Global	59.610
	1.2. Grado de apertura de la economía española (%)	66,9		Número de jornadas ICEX Dinamiza	457
	1.3. Stock de inversión directa de España en el exterior en relación al stock de IED mundial (%) ⁽²⁾	1,75	Modernizar y mejorar los instrumentos de apoyo financiero oficial	Volumen total de apoyo financiero oficial para la internacionalización dispuesto por parte de las empresas con cargo a: FIEM, COFIDES (con cargo a sus propios recursos y como gestora de los fondos FIEX y FONPYME), recursos de ICO para internacionalización (M€)	373,61 (FIEM) + 263,22 (COFIDES) + 2.192,00 (ICO)
	1.4. Stock de inversión directa de España en el exterior en relación al PIB español (%) ⁽²⁾	43,38		Volumen de financiación con cargo al Fondo para la Internacionalización de las empresas (FIEM) (M€)	373,61
	1.5. Número de empresas exportadoras (> 1.000€ anuales)	95.795		Volumen de financiación con cargo al Instituto de Crédito Oficial (M€)	2.192,00
				Volumen de financiación con cargo a la Compañía Española de Financiación del Desarrollo (COFIDES) incluyendo fondos FIEX y FONPYME así como sus propios recursos (M€)	26,94 (rec. propios) +236,29 (211,76 FIEX + 24,53 FONPYME)
			Operaciones aprobadas de seguro por cuenta del estado por parte de CESCE (M€)	3.091	

⁽¹⁾ Engloba los subobjetivos intermedios 1.1 a 1.4 en el texto del plan.

⁽²⁾ Fuente: UNCTAD.

EJE 1: Ofrecer un apoyo a la internacionalización cada vez más adaptado a las necesidades y al perfil de nuestras empresas					
OBJETIVO ESPECÍFICO	INDICADORES DE SITUACIÓN DEL SECTOR EXTERIOR	2019	OBJETIVO INTERMEDIO	INDICADORES DE ACTIVIDAD	2019
1. Aumento de la propensión a la internacionalización de la economía española y de la base de empresas que exportan regularmente. Particularmente con el foco en mejorar el acceso de las PYMES a los mercados exteriores	1.6. Número de empresas que exportan regularmente	52.956	Conocer en profundidad las características y necesidades de las pymes para incorporar medidas focalizadas a apoyar su internacionalización	Número de actividades con pymes participantes en el programa ITEX Next ⁽⁵⁾	0
	1.7. Número de empresas que exportan regularmente (>5.000€ anuales)	36.225	Facilitar el acceso de las empresas, en especial pymes, a la información en materia de comercio exterior y sector/ mercado que sea útil en su proceso de toma de decisiones	Número de informes sector-mercado publicados	1.548
	1.8. Porcentaje de pymes exportadoras (%) ⁽³⁾⁽⁴⁾	7,2		Número de jornadas ITEX Capacita	686
	1.9. Peso del volumen exportado por pymes sobre el volumen total de exportación de bienes (%) ⁽³⁾	49,4	Introducción de la sostenibilidad como política transversal	Número de oportunidades de negocio identificadas en programa Impact+	30

⁽³⁾ Fuente: Departamento de Aduanas e II. EE. De la Agencia Tributaria. Dato: 2018.

⁽⁴⁾ PYMES de sectores industria y comercio.

⁽⁵⁾ En el año 2019 el Programa ITEX Next pasó a quedar regulado por la Ley General de Subvenciones, publicándose la Orden ITC/1063/2019, de 17 de octubre, por la que se establecen las bases reguladoras para la concesión de subvenciones del Programa ITEX Next de Iniciación y Consolidación de la Exportación de ITEX España Exportación e Inversiones, E.P.E. M.P. en el B.O.E. el 29 de octubre.

PAÍSES CON ACTUACIÓN SECTORIAL ESTRATÉGICA (PASE)					
OBJETIVO ESPECÍFICO	INDICADORES DE SITUACIÓN DEL SECTOR EXTERIOR	2019	OBJETIVO INTERMEDIO	INDICADORES DE ACTIVIDAD	2019
2. Diversificar los mercados de destino de exportación e inversión	2.1. Porcentaje de exportaciones de mercancías a mercados terceros fuera de la Unión Europea (%)	34,3	Selección de los mercados y sectores en los que nuestra presencia está por debajo de nuestro potencial	Estudios elaborados a través de análisis cuantitativos y cualitativos	Estudio prospectivo sobre prioridades geográfico-sectoriales de apoyo a la internacionalización tras el impacto de la covid-19
			Definición de las actuaciones para corregir nuestra presencia en esos mercados	Contrastar resultados y búsqueda de soluciones con OFECOMES, ICEX, DG POLCOM y DG COMINVER	Realizado último trimestre 2020 y primero de 2021
	2.2. Porcentaje de exportaciones de mercancías a países PASE (%)	18,0	Seguimiento de la ejecución y el impacto de los PASE	Revisión a mitad de la Estrategia de Internacionalización de las medidas ejecutadas	Pendiente

EJE 2: Incorporar la innovación, la tecnología, la marca y la digitalización a la internacionalización					
OBJETIVO ESPECÍFICO	INDICADORES DE SITUACIÓN DEL SECTOR EXTERIOR	2019	OBJETIVO INTERMEDIO	INDICADORES DE ACTIVIDAD	2019
3. Incrementar el valor añadido de las exportaciones y la inserción de nuestras exportaciones en las cadenas globales de valor	3.1. Porcentaje de exportaciones españolas manufactureras en sectores de medio y alto nivel tecnológico sobre el total (%)	53,2	Incorporación de la innovación tecnológica	Seguimiento de la posición de España en el <i>Global Innovation Index</i>	29
	3.2. Participación de España en las cadenas globales de valor (%) ⁽⁶⁾	40,3	Favorecer la creación y consolidación de las marcas individuales de las empresas y mejorar la imagen país como marca colectiva	Número de actividades ICEX en sectores de alto contenido tecnológico (tecnología industrial y servicios profesionales e infraestructuras, sanidad y TIC)	440
	3.2.1. <i>Backward participation</i> (%) ⁽⁶⁾	22,7	Incorporar la digitalización en los modelos de negocio de las empresas	Número de ferias organizadas por ICEX (ferias de Pabellón Oficial y Espacio España)	124
	3.2.2. <i>Forward participation</i> (%) ⁽⁶⁾	17,6		Participantes en jornadas de difusión de programas de digitalización (<i>e-Market Services</i> , <i>digital cross-border</i> , y otros programas de fomento de la digitalización empresarial)	3.855

⁽⁶⁾ Dato: 2015.

EJE 3: Desarrollar el capital humano para la internacionalización					
OBJETIVO ESPECÍFICO	INDICADORES DE SITUACIÓN DEL SECTOR EXTERIOR	2019	OBJETIVO INTERMEDIO	INDICADORES DE ACTIVIDAD	2019
1. Aumento de la propensión a la internacionalización de la economía española y de la base de empresas que exportan regularmente. Particularmente con el foco en mejorar el acceso de las PYMES a los mercados exteriores	1.1 Peso del volumen de exportaciones de bienes y servicios sobre el PIB de la economía española (%)	34,9	Potenciación de la formación en internacionalización utilizando las nuevas tecnologías	Número de programas de formación en internacionalización impartidos	118
	1.2. Grado de apertura de la economía española (%)	66,9		Número de alumnos en programas de formación en internacionalización	4.387
	1.3. Stock de inversión directa de España en el exterior en relación al stock de IED mundial (%) ⁽²⁾	1,75		Número de ex-becarios ICEX que se incorporan a empresas internacionalizadas y en OOII	16
	1.4. Stock de inversión directa de España en el exterior en relación al PIB español (%) ⁽²⁾	43,38		Número de becarios de las CCAA en la Red de Oficinas Económicas y Comerciales	139
	1.5. Número de empresas exportadoras (>1.000€ anuales)	95.795	Internacionalización de las universidades españolas	Número de actividades ICEX en el sector Educativo (servicios internacionalización educativa)	28
	1.6. Número de empresas que exportan regularmente	52.956			
	1.7. Número de empresas que exportan regularmente (>5.000€ anuales)	36.225	Facilitar la atracción de talento	Número de visados y autorizaciones de residencia aprobados al amparo de la sección de movilidad internacional de la Ley de Emprendedores	910
	1.8 Porcentaje de pymes exportadoras ^{(3) (4)}	7,2			
	1.9. Peso del volumen exportado por PYMES sobre el volumen total de exportación de bienes (%) ⁽³⁾	49,4			

⁽²⁾ Fuente: UNCTAD.⁽³⁾ Fuente: Departamento de Aduanas e I. EE. De la Agencia Tributaria. Dato: 2018.⁽⁴⁾ PYMES de sectores industria y comercio.

EJE 4: Aprovechar mejor las oportunidades de negocio derivadas de la política comercial común y de las IFIs					
OBJETIVO ESPECÍFICO	INDICADORES DE SITUACIÓN DEL SECTOR EXTERIOR	2019	OBJETIVO INTERMEDIO	INDICADORES DE ACTIVIDAD	2019
1. Aumento de la propensión a la internacionalización de la economía española y de la base de empresas que exportan regularmente. Particularmente con el foco en mejorar el acceso de las PYMES a los mercados exteriores	1.1. Peso del volumen de exportaciones de bienes y servicios sobre el PIB de la economía española (%)	34,9	Contar con mercados más abiertos y acuerdos comerciales que abarquen materias más ambiciosas	Número de acuerdos comerciales de la UE con terceros países en negociación (%)	29
	1.2. Grado de apertura de la economía española (%)	66,9	Aumentar la influencia de España en las instituciones y organismos internacionales	Número de acuerdos en vigor que contengan capítulo específico en materia de desarrollo sostenible, PYMEs y género	11
	1.3. Stock de inversión directa de España en el exterior en relación al stock de IED mundial (%) ⁽²⁾	1,75		Número de españoles contratados internamente en las instituciones de la UE	4.023
	1.4. Stock de inversión directa de España en el exterior en relación al PIB español (%) ⁽²⁾	43,35		Número de españoles contratados internamente en las IFIs	593
	1.5. Número de empresas exportadoras (>1.000€ anuales)	95.795		Monto de los contratos ganados por empresas españolas en licitaciones internacionales (M€)	52.225,02
	1.6. Número de empresas que exportan regularmente	52.956	Aumentar la participación de empresas españolas en contratos de licitaciones internacionales	Monto de los contratos adjudicados en licitaciones internacionales y financiados por Instituciones Financieras Internacionales (M\$)	43.365,54
	1.7. Número de empresas que exportan regularmente (>5.000€ anuales)	36.225		Monto de los contratos adjudicados a empresas españolas en licitaciones de Instituciones Financieras Internacionales (M\$)	697,17
	1.8. Porcentaje de pymes exportadoras ^{(3) (4)}	7,2		Peso de los contratos adjudicados a empresas españolas en relación al total de los financiados con fondos provenientes de Instituciones Financieras Internacionales en el mundo (%)	1,61
	1.9. Peso del volumen exportado por PYMES sobre el volumen total de exportación de bienes (%) ⁽³⁾	49,4		Número de oportunidades de negocio difundidas	325.737
				Número de Paternariados para el desarrollo y otras actividades con IFIs	6

⁽²⁾ Fuente: UNCTAD.⁽³⁾ Fuente: Departamento de Aduanas e II. EE. De la Agencia Tributaria. Dato: 2018.⁽⁴⁾ PYMES de sectores industria y comercio.

EJE 5: Potenciar la captación y consolidación de la inversión extranjera de alto valor añadido					
OBJETIVO ESPECÍFICO	INDICADORES DE SITUACIÓN DEL SECTOR EXTERIOR	2019	OBJETIVO INTERMEDIO	INDICADORES DE ACTIVIDAD	2019
4. Aumentar la atracción de inversión extranjera	4.1. Stock de inversión extranjera en España (M\$) ⁽²⁾	751.510	Captación activa de proyectos de inversión extranjera en países y sectores prioritarios/estratégicos	Seguimiento de la posición en el <i>Doing Business</i>	30
				Seguimiento de la posición en <i>The Global Competitiveness Index</i>	23
				Seguimiento de la posición en el <i>World Competitiveness Yearbook</i>	36
				Valoración del Clima de Negocio (sobre 5)	3
	4.2. Stock de inversión extranjera en España en relación al stock de inversión mundial (%) ⁽²⁾	2,06	Promoción de España como plataforma global de negocios e inversiones	Acciones para atracción de inversión extranjera (ICEX-IIS)	2.475
				Jornadas y eventos de promoción y posicionamiento; no incluye webinarios.	247
				Stock de IED 2018 (M€)	42.663
				Flujos de IED 2020 (M€)	969
	4.3. Stock de inversión extranjera en España en relación con el PIB español (%) ⁽²⁾	54,4	Apoyo a inversiones tecnológicas y al emprendimiento en sectores/actividades innovadoras	Número de solicitudes de proyectos de Fondo Tecnológico	44
				Número de solicitudes de proyectos de <i>Rising up in Spain</i>	205

⁽²⁾ Fuente: UNCTAD.

EJE 6: Reforzar la coordinación y complementariedad de las acciones de todos los actores relevantes en materia de internacionalización					
OBJETIVO ESPECÍFICO	INDICADORES DE SITUACIÓN DEL SECTOR EXTERIOR	2019	OBJETIVO INTERMEDIO	INDICADORES DE ACTIVIDAD	2019
Eje transversal			Mejorar la colaboración entre las distintas administraciones e instituciones del sector público que actúan en el apoyo a la internacionalización	Número de reuniones de Cooperación con CC.AA. y con otros organismos públicos (no OPCs) (CIE/CAI/Otras)	17
			Buscar sinergias entre las políticas de internacionalización y otras políticas	Número de reuniones del Grupo Interministerial de Apoyo a la Internacionalización y otras reuniones interministeriales de coordinación en política de internacionalización	5
			Establecer un diálogo fluido con el sector privado para asegurar que la orientación del plan responde a su orientaciones	Número de Alianzas activas con asociaciones e instituciones del sector privado (en actividades de Planes Sectoriales, AMRE, CEOE, Cámara de España, y Fundación Cre100do)	79
				Reuniones con las distintas Asociaciones colaboradoras con la Secretaría de Estado de Comercio	104

ANEXO V
SERVICIOS EN APOYO A LA INTERNACIONALIZACIÓN
DE LAS INSTITUCIONES DE ÁMBITO AUTONÓMICO

Este anexo recoge los principales servicios de apoyo a la internacionalización que facilitan los diferentes Gobiernos autonómicos a las empresas de su Comunidad Autónoma. Esta información ha sido obtenida gracias a la remisión voluntaria de los servicios autonómicos de sus planes de apoyo a la internacionalización.

1 ANDALUCÍA

Extenda es la Empresa Pública Andaluza de Promoción Exterior, adscrita a la Consejería de la Presidencia, Administración Pública e Interior de la Junta de Andalucía. Tiene como objetivo promover la internacionalización de las empresas andaluzas, con independencia de su sector de actividad y tamaño, así como la captación de inversión extranjera. Extenda acompaña a la empresa andaluza a lo largo del camino de la internacionalización, ayudándole a conseguir y a afianzar su proyección internacional a través de un enfoque de negocio basado en la consultoría experta y en la promoción en mercados objetivo, todo ello soportado en procesos de inteligencia de negocio con base digital y en la transparencia en la gestión.

Más información en:

- www.extenda.es
- 954 280 227
- info@extenda.es

1.1 SERVICIOS DE CONSULTORÍA, INFORMACIÓN, FORMACIÓN Y RED ANDALUCÍA

- **Extenda Información:** proporciona información sobre mercados internacionales, sectores de interés, herramientas técnicas de comercio exterior, así como estudios de caracterización sectorial ya elaborados. Proporciona asesoramiento en los primeros pasos con Extenda poniendo al alcance de las empresas un sistema integral de información en materia de comercio exterior, que es accesible mediante teléfono, correo electrónico, o de manera presencial en las oficinas de Extenda.
 - **Estudios Sectoriales y de mercado:** el objetivo de estos estudios es obtener información actualizada de la identificación y situación de las empresas andaluzas de diferentes sectores en orden a dimensionarlas y detectar intereses y necesidades para remover los obstáculos para su internacionalización. Además, se identifican los países con más oportunidades para el sector y se analizan propuestas de mejora de los servicios conforme a las necesidades y oportunidades detectadas.
 - **Información:** la información constituye una herramienta fundamental en el proceso de internacionalización de todas las empresas, independientemente de su tamaño y/o volumen de exportación. Permitirá a las empresas tomar decisiones estratégicas y eliminar la incertidumbre que provoca la decisión de exportar.

- **Jornadas Técnicas:** permiten conocer en profundidad la situación de un mercado, desde una perspectiva sectorial, e identificar las oportunidades de negocio para abordarlo.
 - **Extenda Multilateral:** proporciona información sobre proyectos y licitaciones internacionales abiertas, asesoramiento sobre la presentación de propuestas, conocimiento de otras empresas andaluzas que trabajan en este mercado, acceso a bases de datos de expertos, así como potenciales socios locales e internacionales con los que formar un consorcio.
 - **Extenda ON:** Extenda ON es la puerta de entrada a Extenda, un servicio gratuito que resuelve dudas y donde se obtiene información sobre el apoyo que su empresa precisa en los mercados internacionales sea cual sea su sector y bagaje en comercio exterior.
 - **Observatorio de la Internacionalización de la Economía Andaluza:** realiza un seguimiento permanente de la evolución del sector exterior andaluz, cuyas implicaciones afectan a cualquier rama productiva de la economía andaluza. Permitirá conocer la situación actual sobre la estructura y evolución del sector exterior de Andalucía con una metodología que garantiza la fiabilidad de la información.
 - **Oportunidades de Negocio:** la Red Exterior realiza una labor de prospección del mercado, localizando y transmitiendo las oportunidades de negocio que, eventualmente, puedan detectarse en sus respectivos mercados. Ésta, utilizará sus contactos y conocimientos de importadores locales en beneficio del tejido empresarial andaluz, facilitando, en definitiva, el encuentro entre la oferta de bienes y servicios andaluzas y la demanda de los mismos en el exterior.
 - **Preguntas Frecuentes:** listado de las preguntas más frecuentes que pueden surgir durante tu proceso de internacionalización.
- **Red Andalucía:** Permite a las empresas contar con un equipo de consultores presentes en cada una de las provincias andaluzas, que identifica productos y servicios con potencial exportador, y los orienta hacia los mercados exteriores activándolos a través de los servicios especializados de Información, Formación, Consultoría y Promoción.
 - **Extenda Servicios de Consultoría:** Proporciona programas de consultoría a medida. Un asesoramiento individualizado que ayudará a la empresa a iniciar o consolidar su posicionamiento internacional de forma integral, pudiendo contar con este apoyo a lo largo de todo su proceso de internacionalización.
 - **Extenda Estrategia y Acción Internacional:** ayuda a valorar el potencial de internacionalización de la empresa, definir su estrategia y acompañarla en los primeros pasos. El programa ofrece soporte en los diferentes procesos de toma de decisiones que deben ser abordados en el ámbito de la internacionalización, mediante un

método de trabajo flexible, que se adaptan a las circunstancias y necesidades de cada empresa.

- **Extenda Implantación:** es un asesoramiento especializado para la creación de filiales en el exterior, siguiendo un método de trabajo basado en la reflexión y en la planificación empresarial, que proporciona un completo plan de negocio de implantación en el exterior.
- **Extenda Financiación:** analiza la situación económico-financiera y aporta recomendaciones de mejora para obtener una estructura financiera óptima para la ejecución del plan de internacionalización. Define el proyecto financiable e informa sobre los diferentes proveedores de fondos que son susceptibles de proporcionar la financiación necesaria. Ofrece asesoramiento para la consecución financiación derivada de programas o líneas de financiación europea, así como a la captación de inversión privada.
- **Extenda Marca:** define la estrategia de marca de la empresa para fortalecer su posicionamiento y la imagen de su marca en el exterior. Mediante el análisis de situación de la marca en el mercado detectamos el potencial que tiene para ser única y se proporcionan las directrices para lograrlo.
- **Extenda Plan de Marketing Digital:** asesora en la elaboración o el perfeccionamiento del Plan de Marketing Digital Internacional y ayuda a internacionalizarlo con éxito en el canal online, utilizándolo como medio de promoción exterior de sus productos y/o servicios. Proporciona la puesta en marcha de campañas publicitarias en redes sociales, Google ADS o con *influencers* dirigidas a mercados distintos del español.
- **Extenda Marketplaces:** asesora en la puesta en marcha de la tienda online en el Marketplace más adecuado en función del producto/servicio y perfil de clientes objetivo y crea la tienda online de la empresa en el *market*. Incluye además la posibilidad de poner en marcha campañas de posicionamiento de la tienda en el *market*, o bien campañas de publicidad externas al *market* con el objetivo dirigir tráfico de visitas a la tienda.
- **Extenda Legal:** asesoramiento especializado y cualificado destinado a empresas que tengan que resolver aspectos del ámbito legal de los mercados objetivo derivados de la puesta en marcha o ejecución de sus planes de expansión en mercados objetivo.
- **Extenda Planes de Contingencia Brexit:** proporciona asistencia técnica especializada e individualizada para minimizar los efectos y las consecuencias del *Brexit* en el negocio de la empresa. Ayuda a identificar riesgos y a poner en marcha una estrategia de minimización de estos riesgos. Realiza una evaluación del grado de exposición de cada empresa al *Brexit*.

- **Extenda Servicios de Formación:** la formación especializada en internacionalización supone una clara necesidad para abordar los mercados exteriores. Extenda pone a disposición de las empresas andaluzas una serie de programas formativos cuyo objetivo es dotar a las mismas de conocimiento para emprender o afianzar su proyecto de internacionalización.
 - **Extenda Formación Especializada:** cuenta con una serie de programas orientados a ofrecer conocimientos específicos sobre materias relacionadas con la internacionalización de las empresas. Estos programas están dirigidos principalmente al personal de las empresas andaluzas internacionalizadas o con proyectos de internacionalización.
 - **Cátedras de Internacionalización:** para fomentar la colaboración entre la universidad y el mundo empresarial en todo lo relacionado con la internacionalización. Además, también se crearán becas de internacionalización, con el objetivo de proporcionar una formación práctica en comercio internacional a jóvenes con titulación universitaria homologada, con el fin de facilitar su inserción laboral en empresas, asociaciones y entidades de la comunidad con un proyecto de internacionalización.

1.2 SERVICIOS DE PROMOCIÓN

- **Extenda Campañas Sectoriales:** impulsar los productos andaluces en promociones genéricas y campañas en mercados estratégicos. Introduciendo o consolidando la presencia de nuestras empresas en mercados de interés, obteniendo un aumento de las ventas.
- **Extenda Ferias Individuales:** prestar apoyo a las empresas andaluzas que exponen en ferias internacionales fuera de España en las que no existe la posibilidad de integrarse en un pabellón agrupado. Dando apoyo logístico, servicio de traducción del material promocional; ofreciendo cursos de formación y facilitando información general sobre el país donde se celebre la feria.
- **Extenda Promociones Punto de Venta:** permite acceder directamente al consumidor internacional en cadenas de distribución internacional, a través de promociones en el punto de venta. Accediendo a los consumidores finales, con la garantía de un determinado volumen de ventas, introduciendo y consolidando en el mercado a nuestras firmas.
- **Extenda Ferias Agrupadas:** Participación de nuestras empresas junto a otras de Andalucía en las principales muestras internacionales de todos los sectores estratégicos. Extenda selecciona rigurosamente su programación agrupada, en función de la oferta andaluza y del potencial en los distintos mercados.
- **Extenda Misiones Comerciales:** acceso a potenciales clientes a través de visitas a los mercados de mayor potencial (misiones directas); visitas a las instalaciones de empresas andaluzas por parte de importadores o prescriptores (misiones inversas); o visitas de prospección a asociaciones sectoriales y empresas para conocer el funcionamiento de un nuevo mercado (misiones de estudio).

- **Extenda Proyectos Individuales:** asesoramiento y atención personalizada en los mercados internacionales donde está presente la Red Exterior de Extenda, mediante la organización de agendas individuales, sondeos prospectivos, store checks y otras demandas de servicios personalizados de promoción que requieran nuestras empresas.
- **International Andalusian Hubs:** para ayudar a la empresa andaluza a establecerse en los mercados de su interés mediante el contacto con partners estratégicos locales que promuevan la construcción de redes en esa área geográfica determinada, propiciando su afianzamiento en el mercado. Programa piloto en Arabia Saudita/Bahrein/EAU.
- **Webinarios de Promoción Online:** webinarios con contenidos específicos para cada sector de actividad, para asesorar a las empresas andaluzas sobre la exportación de sus productos y servicios en los diferentes mercados.
- **Red Exterior: Extenda,** pone a disposición de las empresas andaluzas apoyo y servicios en mercados internacionales de los cinco continentes, por medio de su Red de **Oficinas de Promoción de Negocios y Antenas.** Un modelo en evolución permanente, en función de las necesidades de las empresas andaluzas. Actualmente se presta servicio en 62 países desde las 38 sedes de la Red. **Programa de Embajadores:** EXTENDA promociona la imagen de calidad de sus productos en una serie de mercados específicos en colaboración con prescriptores locales de reconocido prestigio de los sectores a los que pertenecen los productos a promocionar.
- **Club Multilateral:** El **Club Multilateral de Andalucía** es una iniciativa de **EXTENDA** que tiene por objetivo promover el negocio de las empresas andaluzas en el mercado de los proyectos financiados por los organismos de financiación multilateral. Está constituido por un grupo de **empresas andaluzas de ingeniería y consultoría** que destacan por su **actividad en el campo internacional**, en particular en **proyectos financiados por organismos multilaterales y bancos regionales de desarrollo.** A través de un **plan de actividades anual**, el Club funciona como una **plataforma de encuentro** donde generar sinergias y ampliar oportunidades en el mercado multilateral.
- **Invest in Andalucía:** es una iniciativa de la Consejería de Presidencia de la Junta de Andalucía en la que EXTENDA presta servicios para la atracción de inversiones de capital en empresas andaluzas. Para ello realiza labores de Identificación de inversores extranjero y de empresas andaluzas interesadas en utilizar las inversiones en su capital para crecer a nivel internacional. Difundimos oportunidades de inversión entre las empresas andaluzas. Invitamos a inversores extranjeros a encuentros y foros de inversión con empresas andaluzas y Diseñamos agendas a medida de los inversores extranjeros en función de sus intereses.
- **Extenda Global:** es el foro anual más importante del sector exterior andaluz organizado por EXTENDA para impulsar la **internacionalización de las empresas andaluzas**, es la cita clave para que las pymes andaluzas definan su estrategia de desarrollo en el exterior y conozcan las oportunidades de negocio que ofrece el mercado internacional, por medio

de **reuniones B2B online** con representantes de la Red Exterior de Extenda en 62 mercados y con *partners* estratégicos.

2 ARAGÓN

Prestamos servicios a medida para ayudar a las empresas aragonesas a superar las barreras que se puedan encontrar en su actividad internacional. Para ello, contamos con una extensa red de expertos en más de 100 países, y nuestro compromiso es trabajar con los especialistas más adecuados para cada proyecto.

2.1 AGENDAS COMERCIALES.

- El servicio de Agendas Comerciales individualizadas ofrece un servicio de consultoría especializada donde AREX se encarga de la coordinación de proyectos de diverso perfil, pero siempre orientados a aumentar las ventas y la penetración en un mercado exterior.
- Un consultor sectorial de Aragón Exterior analiza y orienta a la empresa en la definición del proyecto. A continuación, se realizan reuniones informativas con el consultor en destino quien evalúa las capacidades de la empresa y la situación del mercado para determinar la mejor estrategia de entrada y el perfil de contactos.
- La prospección se puede orientar a conseguir clientes finales, agentes comerciales, distribuidores o prescriptores, en función del mercado y de la estrategia empresarial. La duración del servicio y los entregables dependen de las características del proyecto y se determinan conjuntamente entre consultor en destino y empresa.
- La empresa puede elegir el momento más adecuado para viajar y filtrar los contactos realizados por nuestros consultores. A su vez, se beneficia del feedback continuo sobre su producto y su empresa en el mercado objetivo, gracias a la prospección realizada por el consultor.

2.2 GESTIÓN INTERNACIONAL DE PROYECTOS.

- Con la ayuda de nuestra red de expertos, te ayudamos a sortear los obstáculos administrativos y legales que puedas encontrarte en la ejecución de proyectos en el exterior.
- Nos apoyamos en especialistas – consultores, abogados, gestorías y administraciones públicas – con conocimientos y experiencia en los respectivos mercados, para garantizar la correcta ejecución de los trámites que debe realizar la empresa.
- Ejemplos de gestiones:
 - Movilidad de trabajadores, visados.
 - Gestiones administrativas.
 - Forma jurídica y creación de sociedades.
 - Gestión de permisos.

- Certificaciones y registros (por ejemplo, FDA).
- Consultoría relacionada.

2.3 PROGRAMAS DE INNOVACIÓN.

- *EIC Accelerator*: La nueva herramienta de la Comisión Europea para impulsar los productos y servicios empresariales más punteros y estratégicos desarrollados por pymes europeas toma el relevo del Instrumento PYME. *EIC Accelerator Pilot* es la nueva herramienta de la Comisión Europea para impulsar los productos y servicios empresariales más punteros y estratégicos desarrollados por pymes europeas.
- *Fast Track to Innovation* (Horizonte 2020): Programa europeo orientado al desarrollo de tecnologías cercanas al mercado. Abierto a cualquier tipo de entidad (PYME; Gran Empresa, Centro de I+D) que quiera colaborar con más entidades europeas, pudiendo obtener hasta 3 millones de euros a fondo perdido para el lanzamiento de su tecnología en el mercado.

2.4 MARKETING DIGITAL.

- Es un servicio de apoyo a la internacionalización de empresas aragonesas, mediante la implementación de acciones digitales específicas adaptadas a los recursos y objetivos de la empresa.
- AREX Digital abarca todo tipo de acciones en el proceso de transformación digital de una empresa con ambición de crecer internacionalmente: desde un diagnóstico inicial de cuál es la presencia digital de la empresa en el mercado internacional objetivo, hasta la ejecución de acciones muy diversas: *branding* internacional, SEO, Marketplaces e *Ecommerce* Internacional, marketing de contenidos, marketing de afiliación, adaptación de web para red internacional de distribución, redes sociales, etc.
- Una estrategia internacional óptima ha de tener en cuenta la coordinación y coherencia de las acciones a emprender en los diferentes canales offline y online en los que la empresa invierte esfuerzos. Un buen trabajo de la empresa en el ámbito digital puede impulsar y reforzar resultados de acciones en canales tradicionales y viceversa.

2.5 PROGRAMAS DE ESTRATEGIA.

- Plan Estratégico de Internacionalización: a través de consultores especializados y de los técnicos de la Cámara de Comercio, Industria y Servicios de Zaragoza se realizarán itinerarios personalizados de internacionalización para elaborar el plan estratégico internacional de su empresa.
- Becas del Máster de Comercio Exterior: para la elaboración del plan de internacionalización, además del equipo de profesionales asignado por la Cámara de Comercio, cada empresa podrá contar con el apoyo de un estudiante de la XXIV Edición del Máster de Comercio Exterior y Gestión Internacional de la Universidad de Zaragoza.

- Apoyo adicional para la ejecución del plan: Aragón Exterior, con su red internacional de expertos, ayudará en la puesta en marcha del plan, ofreciendo un apoyo económico adicional para el primer proyecto derivado del plan de internacionalización de cada empresa.

2.6 SERVICIOS DE INTERNACIONALIZACIÓN SECTORIAL.

- Servicios especialmente diseñados para sectores concretos en países concretos. Algunos ejemplos:
 - Plan Vino Asia: acompañamiento en diversas acciones para acceder a mercados asiáticos.
 - Canal Contract: programa para acceder a proyectos dentro del canal contract.
 - Plan industrial Alemania: permite conocer a compradores industriales franceses y alemanes.
- Acciones de promoción internacional:
 - Misiones comerciales directas e inversas.
 - Participación en ferias.

2.7 ATRACCIÓN DE INVERSIÓN EXTRANJERA.

- Aragón Exterior ofrece servicios de orientación, gestión de proyectos y detección de oportunidades de inversión de manera confidencial, gratuita y personalizada, para responder a las necesidades de las compañías que estudian establecerse o expandirse en Aragón.
- Podemos ofrecerle apoyo en los siguientes pasos:
 - *Request For Information*: facilitamos todo tipo de información durante la toma de decisiones, costes, proveedores, mercado laboral, etc.
 - Búsqueda de localizaciones: ofrecemos un abanico de posibilidades para implantarse en Aragón (terrenos, oficinas, naves).
 - Relación con Administraciones públicas: Aragón es una comunidad pequeña en la que resulta fácil tener acceso al sector público. Le ayudamos en la tramitación de permisos y licencias, realizamos seguimiento de todas las convocatorias de subvenciones que se ajusten a su proyecto inversor.
 - Declaración de interés regional de la inversión: para acortar los plazos legales de tramitación de expedientes.
 - Identificación de potenciales socios y proveedores locales.
 - Búsqueda de fuentes de financiación.
 - *Location services*: le ayudamos en la tramitación de visados y permisos de residencia, en la implantación de directivos y sus familias.

3 ASTURIAS

Asturex nace de la apuesta conjunta del Gobierno del Principado, la Federación Asturiana de Empresarios (FADE), las Cámaras de Comercio de Oviedo, Gijón y Avilés, y Cajastur (actual Liberbank) de crear una empresa que propicie una mayor presencia de las empresas asturianas en los mercados internacionales.

3.1 OBJETIVOS GENERALES:

- Consolidar e incrementar el número de empresas exportadoras, con especial énfasis en el apoyo a las PYMES.
- Fomentar la colaboración entre empresas para la internacionalización.
- Incrementar las exportaciones de sectores y/o productos tradicionales.
- Promover e incentivar las exportaciones de nuevos sectores y/o productos.
- Potenciar las exportaciones a nuevos mercados.

Más información en:

- asturex@asturex.org
- 985 26 90 02

El IDEPA (Instituto de Desarrollo Empresarial del Principado de Asturias) es una entidad pública dependiente de la Administración del Principado de Asturias que tiene como misión procurar el desarrollo económico equilibrado y sostenible de Asturias, mediante la creación y consolidación de un tejido empresarial diversificado, moderno y competitivo. Además, asesora a los potenciales inversores extranjeros en el Principado de Asturias y da soluciones a medida, ofreciendo apoyos financieros adecuados a cada proyecto.

- www.idepa.es
- 985 980 020
- idepa@idepa.es

3.2 PRINCIPALES PROGRAMAS Y SERVICIOS A LA INTERNACCIONALIZACION.

- El **Programa de Análisis del Potencial Exportador** de ASTUREX analiza las capacidades y potencial de internacionalización de empresas como paso previo a iniciar un proceso de internacionalización.
- El **Programa de EmprendedorEX** de ASTUREX ofrece un servicio de asesoramiento técnico en origen para apoyar al emprendedor o joven empresario en el enfoque internacional de su proyecto empresarial.
- El **Programa de Iniciación a la Exportación** de ASTUREX ofrece un servicio de asesoramiento técnico en origen para apoyar a las empresas no exportadoras en su proceso de internacionalización mediante un plan de trabajo definido para cada proyecto.

3.3 PROGRAMAS PARA IMPULSAR LAS EXPORTACIONES.

- **Promociona tu empresa.** Con el fin de presentar la oferta asturiana al exterior, ASTUREX ha elaborado unos catálogos virtuales del tejido empresarial asturiano de los siguientes sectores:
 - Agroalimentario <https://international.asturex.org/agro/>
 - Metalmecánico <https://international.asturex.org/metal>
 - Construcción y auxiliar <http://www.asturiasconstruccion.com/catalogo/>.
- **Participación en programas sectoriales:** ASTUREX desarrolla **programas sectoriales** de internacionalización empresarial para los sectores empresariales tradicionales (agroalimentario, construcción, metalmecánico, TICs/EBTs), así como para nuevos sectores de oportunidad (audiovisual, videojuegos, empresas biosanitarias, start-ups, EBTs, etcétera). Estos programas incluyen acciones bonificadas a medida según las necesidades de cada sector:
 - Misiones comerciales directas.
 - Misiones comerciales inversas.
 - Participación en ferias, congresos, eventos internacionales, etcétera.
 - Promociones Punto de Venta para el sector agroalimentario.
 - Organización de Foros Empresariales, como el Foro del Metal y Foro Agroalimentario, Foro de la Construcción, Encuentros B2B sector TIC, etcétera.
 - Informes de partidas arancelarias
 - Jornadas sectoriales por país de búsqueda de oportunidades de negocio.
 - Y otras actividades de promoción en origen y en destino, aplicando el criterio de especialización sectorial, territorial y de cooperación empresarial.
 - www.asturex.org/promocion
- Desarrolla actuaciones específicas:
 - las ayudas del IDEPA apoyan la promoción internacional y la diversificación de los mercados de las empresas asturianas, la realización de proyectos de internacionalización abordados de forma individual o en cooperación, subvencionando hasta el 50%, con un máximo de 30.000€, y gastos de participación en actuaciones de promoción, publicidad, etcétera. Asimismo, el programa de ayudas para la contratación de técnicos especializados en comercio exterior subvenciona hasta el 50% del salario bruto más los costes de seguridad social durante 12 meses, hasta un máximo de 15.000 €. www.idepa.es.
 - el Servicio de Selección de Profesionales de Comercio Exterior de ASTUREX pone a disposición de las empresas asturianas una base de datos de profesionales en comercio exterior.
- El **Programa de Análisis del potencial Exportador** de ASTUREX analiza las capacidades y potencial de internacionalización de empresas que desean incrementar su internacionalización,

dirigido a empresas exportadoras interesadas en reevaluar su potencial exportador para incrementar su internacionalización

- El **Programa de Desarrollo Comercial Internacional**, de ASTUREX está orientado a cubrir las necesidades de consultoría personalizadas para empresas asturianas con el fin de:
 - Actualizar su plan estratégico de internacionalización.
 - Desarrollo de planes de internacionalización para nuevos productos o mercados.
 - Cualquier otro campo de consultoría en el ámbito de la estrategia o el desarrollo comercial internacional.
- El **Programa E- Exporta: Programa de iniciación al marketing digital internacional** de ASTUREX está diseñado para apoyar la internacionalización de las pymes asturianas aprovechando el potencial que ofrecen los canales de promoción digitales.
- Asturex también ofrece un **Programa de apoyo a licitaciones internacionales**, dirigido a empresas que tengan por objetivo el acceso a proyectos internacionales financiados por instituciones financieras multilaterales (IFMS). Desde Asturex se ofrecen los siguientes servicios:
 - Acercamiento del mercado multilateral a las empresas asturianas
 - Promover y facilitar la participación en proyectos internacionales y multilaterales de las empresas
 - Estimular la cooperación de las empresas en el acceso a las licitaciones
 - Acompañar a las empresas en su proceso de internacionalización a través de nuevos modelos de negocio
 - Generación sinergias a través de la cooperación entre empresas y Asturex con otras instituciones regionales, nacionales e internacionales en este mercado
 - Identificación temprana de oportunidades a través de acceso a licitaciones multilaterales en Washington (Programa PIWAS)
 - Capacitación personalizada a las empresas para el acceso al mercado multilateral (Programa PAMM)
 - Club de Licitadores.
- **Coopera en consorcio:** el programa **Asturias Coopera** de ASTUREX busca fórmulas de cooperación entre empresas asturianas para abordar los mercados exteriores de forma que puedan llevar a cabo este proyecto con mayor posibilidad de éxito y un menor riesgo. Para apoyar a las empresas en este objetivo, ASTUREX actúa como promotor e impulsor en la iniciativa, así como en la constitución, seguimiento y consolidación de consorcios de exportación. www.asturex.org/consorcios

3.4 Cómo obtener financiación

Asturgar Exportaciones favorece la internacionalización de las empresas asturianas a través de la Línea de **Financiación** de Exportaciones y la Línea de Avals Internacionales. www.asturgar.com

- Para financiar exportaciones:
 - Anticipo del importe de las facturas: Asturgar Exportaciones facilita líneas de financiación para las actividades de exportación de empresas y autónomos anticipando el cobro aplazado de ventas en el exterior.
www.asturgar.com/service/linea-asturgar-exportaciones/
 - Para obtener financiación de contratos: Asturgar Consolidar y Crecer facilita líneas de financiación destinadas a cubrir las necesidades de circulante derivadas de la ejecución de contratos en el exterior.
www.asturgar.com/service/consolidar-y-crecer-circulante/
 - La Sociedad Regional de Promoción del Principado de Asturias, SA (SRP), participada a través del IDEPA, concede préstamos participativos para financiar proyectos de expansión e internacionalización de empresas asturianas. Deben ser proyectos viables técnica y económicamente, de empresas en crecimiento de cualquier sector, salvo el inmobiliario y el financiero.
www.srp.es/que-buscamos-en-un-proyecto
- Cómo obtener avales:
 - Asturgar Exportaciones facilita Línea de avales internacionales para emitir garantías solicitadas por tus clientes internacionales ya sean de licitación, pago anticipado, ejecución, fin de obra u otro con objeto semejante.
www.asturgar.com/service/linea-asturgar-exportaciones
- Mejorando el conocimiento de mercados exteriores
- **Programa de Becas ASTUREX:** Formación en internacionalización a jóvenes titulados de la Universidad de Oviedo con el objetivo de apoyar a las empresas en su proceso de apertura a mercados internacionales, mediante la puesta a disposición de un selecto grupo de jóvenes altamente cualificados y especializados en internacionalización empresarial. Las empresas asturianas que se beneficiarán de este programa serán empresas y entidades constituidas en el Principado de Asturias, con sede en el extranjero, y con fuerte componente internacional.
 - **Participa en jornadas y seminarios:** El **programa de jornadas** y seminarios de ASTUREX abarca:
 - Jornadas de presentación de servicios de ASTUREX.
 - Jornadas de oportunidades de negocio en países.
 - Seminarios técnicos.
- Conoce más oportunidades de negocio:

- Los **Servicios Europeos** del IDEPA, como miembros de la Red *Enterprise Europe Network*, ofrecen a las empresas asturianas la posibilidad de buscar socios comerciales, productivos o financieros en los países del área de influencia de la UE, así como información sobre financiación, legislación europea y propiedad industrial.
- www.asturex.org
- www.idepa.es
- www.galacteaplus.es

3.5 ¿Dónde podemos solicitar asesoramiento?

- **Servicios personalizados de asistencia técnica a través de las redes de colaboradores especializados de ASTUREX.** Asturex pone a disposición de las empresas asturianas servicios personalizados de asistencia técnica y bonificados, sea cual sea su grado de internacionalización e interés en el mercado objetivo.
- **Servicios de consultoría en destino-Red exterior de colaboradores:** las empresas asturianas pueden solicitar servicios personalizados de la Red Exterior, formada por cerca de 100 colaboradores radicados en más de 80 países, especializados en diferentes sectores. Ejemplos de trabajos que se realizan: elaboración de estudios de mercado, preparación de agendas y viajes comerciales, seguimiento de ofertas, búsqueda de clientes, agentes o distribuidores, estudio de necesidades de adaptación del producto, etcétera.
- **Servicios jurídicos internacionales en origen y destino.** Asturex dispone de una base de datos de colaboradores homologados, tanto en destino como en origen, que prestan asesoramiento legal a las empresas solicitantes en temas jurídicos mercantiles, laborales, fiscales, arancelarios, derecho europeo, marcas y patentes, proyectos de inversión en el exterior, y resolución judicial o extrajudicial en controversias internacionales.
- **Servicio de Desarrollo Comercial Internacional,** asesoramiento personalizado, con un enfoque cliente y adaptado a los requerimientos de apoyo solicitado por la empresa para actualizar su plan estratégico, el desarrollo de planes de apertura de nuevos mercados, nuevos canales, o nuevas líneas de negocio para la empresa, así como cualquier otro campo de consultoría en el ámbito de la estrategia y el desarrollo comercial internacional, que pueda ser de interés para la empresa.

3.6 Infórmate sobre ayudas

El **Servicio de Información de Ayudas** del IDEPA asesora a las empresas asturianas sobre las líneas de financiación más adecuadas para sus proyectos de internacionalización. Asimismo, ofrece información sobre las entidades de referencia que apoyan el acceso a los mercados internacionales mediante ayudas y consultoría especializada. www.idepa.es

3.7 Cómo atraer inversión extranjera y buscar socios o financiación exterior para proyectos en España: Invest in Asturias

- IDEPA actúa de interlocutor con aquellas empresas que deseen instalarse en el Principado de Asturias, prestando diferentes servicios según la fase del proyecto:
 - **Fase de estudio:** información general sobre la región y el sector de interés; información específica (suelo industrial, socios potenciales, recursos humanos, financiación y ayudas, etcétera), y asistencia a los inversores durante sus visitas.
 - **Fase de implantación:** colaboración en trámites administrativos; gestión de ayudas y subvenciones: preparación y financiación de programas de formación específicos, etcétera.
 - La colaboración con la empresa continúa una vez terminada la inversión, para detectar posibles necesidades. www.investinasturias.es

4 CANARIAS

La Sociedad Canaria de Fomento Económico, S.A. (PROEXCA) como Sociedad Mercantil con capital íntegramente público, adscrita a la Consejería de Economía, Conocimiento y Empleo del Gobierno de Canarias, dentro de su objeto social tiene como cometido entre otros, el de impulsar la política de comercio exterior del Gobierno de Canarias, así como fomentar la competitividad de nuestras empresas en el exterior y atraer inversiones de sectores estratégicos hacia Canarias.

PROEXCA, para impulsar el alcance de los objetivos, apuesta a medio y largo plazo por una mayor internacionalización de la economía canaria, aprovechando mejor las ventajas de la pertenencia al mercado único europeo, de la situación geográfica de las islas, de su proximidad a los mercados emergentes, así como de los vínculos históricos y culturales con determinados mercados exteriores.

La internacionalización del tejido empresarial canario sigue requiriendo de estrategias que apoyen la internacionalización de los principales sectores económicos de las islas. Existe un amplio margen para mejorar la internacionalización de la economía canaria, tanto desde la perspectiva de acciones de promoción de bienes y servicios como desde el punto de vista de la implantación de empresas en el exterior o la participación en licitaciones internacionales.

En el proyecto de la Estrategia Operativa de Internacionalización de la Economía Canaria-EOIEC del Gobierno de Canarias, se incluyen una serie de iniciativas concretas a desarrollar, tanto desde la perspectiva del "IN" (atracción de inversiones internacionales), como del "OUT" (apoyo a las empresas canarias en sus procesos de internacionalización), en la que han participado distintos agentes del ecosistema público y empresarial, estableciéndose objetivos, y las líneas de actuación en las que se sustenta la articulación de la estrategia operativa.

Puedes consultar información sobre todos los servicios de PROEXCA en:

- www.proexca.es
- 928 472 400/922 470 450
- info@proexca.es

4.1 RED EXTERIOR DE PROEXCA:

a) Estructura

- PROEXCA cuenta con una red de delegados y dinamizadores expertos en internacionalización que acompañan a las empresas canarias en sus proyectos de expansión y atraen inversión extranjera a las Islas. La red actual de agentes cubre los continentes de Europa, África y América.
- Teniendo en cuenta las estructuras de PROEXCA en el exterior y tras el aumento en la demanda de nuestras empresas por el mercado en África Occidental y en Latinoamérica, así como el esfuerzo que se está realizando en la atracción de inversión extranjera en los países europeos, se ha profundizado en la creación de nuevos servicios de valor añadidos, reforzando la red exterior de PROEXCA que tiene presencia en los siguientes destinos:
 - Agadir/Casablanca, MARRUECOS
 - Dakar, SENEGAL
 - Bruselas, BÉLGICA
 - Londres, REINO UNIDO
 - Estocolmo, SUECIA
 - Washington D.C., EE.UU.
 - Lima, PERÚ
- Se ha procedido a la identificación de nuevos países prioritarios en los que se va a ampliar el foco desde PROEXCA. Esta labor se ha realizado con el soporte de los delegados/dinamizadores de la Red Exterior que fruto de este trabajo, se ha decidido aumentar el foco en
 - África: Costa de Marfil y Ghana.
 - LATAM: Alianza del Pacífico y Ecuador.

b) Servicios que ofrece la Red Exterior:

- La Red exterior de PROEXCA tiene entre otros objetivos: reforzar el papel institucional de PROEXCA/Gobierno de Canarias ante las instituciones, y organismos del país objetivo, apoyar y colaborar en las iniciativas, planes, programas y proyectos que se realizan en el marco de la Estrategia Operativa de internacionalización de la economía canaria, mantener contactos regulares con organismos, cámaras de comercio y confederaciones empresariales para identificar posibles oportunidades de cooperación, dar asistencia técnica, apoyo y acompañamiento a las empresas canarias en su acceso al mercado objetivo para la exportación e implantación, identificar los concursos y licitaciones que se lancen en el mercado objetivo y que puedan ser de interés para las empresas canarias con el posterior apoyo durante el proceso de presentación de ofertas.
- Asimismo, la red exterior de PROEXCA colabora y se apoya en las oficinas de la Fundación Canaria para la Acción Exterior del Gobierno de Canarias - FUCAEX, en Cabo Verde y

Mauritania, para ejercer de antena y abordar todo tipo de acciones orientadas hacia la internacionalización del tejido empresarial canario en dichos países.

c) Acuerdos Institucionales:

- Mejoras en Misiones y apoyo institucional. La Red Exterior de PROEXCA trabaja en la elaboración de acuerdos económicos, principalmente entre Canarias y los países Africanos y Latinoamericanos.
- Canarias, por su situación geográfica tiene como objetivo prioritario el fomentar las relaciones institucionales con países del continente africano, para la suscripción de acuerdos beneficiosos que generen oportunidades que pueda aprovechar el tejido empresarial canario: simplificación de trámites, facilidad de acceso a empresas canarias, etc.”
- Se han firmado protocolos de acuerdos de colaboración con entidades africanas y latinoamericanas con el propósito de promover y catalizar las relaciones comerciales y los flujos de inversión directa extranjera.

4.2 PRINCIPALES SERVICIOS A LA INTERNACIONALIZACIÓN.

- Colaboración con instituciones: MINCOTUR, ICEX, Cámaras de Comercio, Casa África, Cabil-dos Insulares, etc.
- Colaboración con las principales asociaciones y clústeres empresariales en sus procesos de acceso a los mercados exteriores.
- Acuerdos con las principales asociaciones empresariales en los que se recoge la estrategia de internacionalización. Para ello, se mantienen reuniones periódicas.

a) Elaboración de Planes Sectoriales.

- Apoyo a los sectores mediante el estudio y seguimiento de las diversas iniciativas propuestas por los principales sectores económicos/empresariales, protagonistas de las actividades de PROEXCA
- Los planes sectoriales implican una participación colectiva de un conjunto de empresas de un sector o subsector de este, que se estructura a través de un conjunto de acciones en el exterior, bajo una imagen común.
- Los distintos planes se estructuran a través de la participación de los representantes sectoriales, además de la posible presencia de otros organismos o departamentos del propio Gobierno de Canarias que puedan contribuir a la financiación de estos.
- Este apoyo a sectores por PROEXCA se canaliza a través de la puesta en marcha de un conjunto de actuaciones de promoción, recogidas, a modo de ejemplo, en el siguiente cuadro:

Promoción	Tipo de Acciones
	Misiones Empresariales Directas
	Misiones Empresariales Indirectas
	Viajes de Prospección
	Participación en Ferias
	Promociones en Punto de venta
	Exposiciones, workshops
	Participación en concursos
	Jornadas y Seminarios
Material Difusión y Promoción	Elaboración, diseño, adaptación y edición de catálogos, folletos, cartelería y cualquier material promocional.
	Diseño, traducción y desarrollo de Webs, Marketplace.
	Redes sociales.
Apoyo Empresarial	Asesoramiento, formación, etc. a empresas y sectores.

Para el apoyo a estos planes, PROEXCA coordinará, a través de las principales organizaciones empresariales e institucionales más representativas del sector, en el que dicho proyecto estuviera enmarcado, el plan de actuación correspondiente, así como el compromiso que se acuerde.

- Los factores que se toman en consideración para la puesta en marcha de un programa concreto son los siguientes:
 - Importancia en el contexto económico y su aportación al volumen de exportación de nuestra Comunidad Autónoma.
 - Su capacidad para afrontar el reto de la internacionalización.
 - El empleo que dicho sector genera en las islas.
 - La tradición y su vinculación histórica a nuestra región.

b) Programa Canarias Aporta:

El Gobierno de Canarias impulsa el programa de apoyo para la internacionalización de la empresa canaria, en la ejecución de proyectos de pequeñas y medianas empresas canarias que buscan vender sus productos y servicios en el exterior.

En el ejercicio 2020 se ha convocado la 8a Edición del Programa Canarias Aporta, que subvenciona a proyectos de expansión empresarial en el exterior, pone el acento en incrementar el empleo cualificado en las islas.

c) Digitalización:

- En el nuevo contexto fruto de la covid-19, PROEXCA apuesta por la digitalización de las empresas en su salida al exterior y, en particular, por la utilización de los canales digitales y el comercio electrónico para ampliar mercados internacionales, diversificar el riesgo y acceder a otras fuentes financieras.
- Se organizan Webinars, Misiones, Encuentros, Campañas virtuales y se articulan programas e incentivos a la internacionalización entre los que se destacan:

- Programa Canarias Aporta Digital: con este objetivo, el Gobierno de Canarias, (Consejería de Economía, Conocimiento y Empleo), ha puesto en marcha a través de PROEXCA, un programa consistente en una subvención para proyectos de internacionalización digital, además de los relativos al e-commerce, consistente en asesoramiento técnico especializado y financiación a proyectos de expansión empresarial, que faciliten la digitalización de la empresa y la conexión, a través de medios digitales, con los operadores ubicados fuera de las Islas Canarias.
- Marketplaces: apoyo a la participación en Marketplaces, PROEXCA apuesta por el impulso a la promoción de productos y promoción de turismo en destino, con la promoción de productos canarios en las principales plataformas de e-commerce, tanto regionales como de carácter internacional.
- Proyecto Digimac: el programa pretende ayudar a las Pymes de las regiones participantes a incrementar sus ventas en mercados digitales internacionales a través de servicios de diagnóstico, asesoramiento técnico especializado y capacitación en competencias digitales para operar en mercados digitales.

d) Licitaciones:

- Asesoramiento y acceso a licitaciones internacionales
El objetivo de PROEXCA es formar a las empresas canarias interesadas en licitar a través de una formación práctica para ayudarles a preparar la documentación que solicitan los OO.MM de manera recurrente y presentarse a una licitación real durante el periodo de formación.
- Acompañamiento a las empresas en sus procesos de licitación.
Desde PROEXCA, y con el objetivo de apoyar la internacionalización de la economía canaria, cumpliendo con los objetivos de la “Estrategia Operativa de Internacionalización de la Economía Canaria”, se hace especial hincapié en la labor de “Profundizar en las actividades de la unidad de apoyo, para la generación de contenidos que disminuyan la incertidumbre de las empresas y las motive a salir al exterior”, especialmente en los procesos licitadores. Para ello se procede a la contratación de consultorías especializadas en licitaciones en los mercados de África y América para la detección de oportunidades de negocio de interés a las empresas canarias. Se hace acompañamiento en los procesos de licitaciones de organismos multilaterales y agencias nacionales.
- Acercamiento a los Organismos Multilaterales
PROEXCA organiza, entre otros, misiones inversas para que los responsables de los organismos multilaterales puedan descubrir proyectos y casos de éxito canarios, que puedan ser replicados en otros países a través del lanzamiento de licitaciones internacionales; Seminarios de formación y difusión mediante jornadas para presentar las oportunidades de negocio; Cursos de Introducción a los Mercados e Instituciones Financieras Multilaterales y Organismos Internacionales; Organización de tours de estudio en coordinación con los OO.MM. de los países objetivos, mediante visitas técnicas integradas por representantes institucionales y sectoriales implicados en la implementación de proyectos nacionales en sus países de origen y Agendas de reuniones individualizadas en OO.MM. para empresas

canarias, dirigido a las empresas que desean conocer las oportunidades de negocio que ofrecen los OO.MM., enfocándose en los sectores de energía, infraestructuras de transporte, agua y saneamiento, salud, turismo y agricultura.

Desde la estructura en Washington D.C., ciudad en la que los principales organismos multilaterales (Banco Mundial, Banco Interamericano de Desarrollo, etc.) tienen su sede, se pone en marcha una estrategia de trabajo conjunta con los departamentos responsables de la implementación de programas sectoriales en los que Canarias dispone de un Know-How competitivo.

- Asistencias Técnicas.

Enmarcado en la 'Estrategia Operativa de Internacionalización de la Economía Canaria', el Programa de Asistencias Técnicas permite contratar la elaboración de estudios de viabilidad y factibilidad económica, técnica u operacional de proyectos, el desarrollo de planes marco de desarrollo sectorial, geográfico o regional, el diseño de la regulación o planificación de sectores y, en general, los relacionados con la modernización y el fortalecimiento institucional de carácter económico y administrativo, en los mercados considerados de especial interés para empresas canarias (Marruecos, Mauritania, Cabo Verde, Senegal, Costa de Marfil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador y Perú). Los objetivos que se persiguen con el programa asistencias técnicas son la creación de cadenas de valor de la empresa canaria en el exterior, la creación de nuevas oportunidades comerciales, el apoyo a la imagen de Canarias como centro exportador de conocimiento y la generación de efecto arrastre para otras empresas canarias.

Este programa permite a las empresas canarias acceder a los organismos de estos países y posicionarse de cara al desarrollo de los proyectos para los cuales realizan la asistencia técnica, así como mejorar su experiencia y su capacidad para acceder a otras licitaciones internacionales. Está dirigido principalmente a empresas de consultoría, arquitectura e ingeniería. A través del Programa, las empresas trabajan directamente con los Ministerios, Ayuntamientos y otras entidades de los terceros países.

Se pone el foco en los sectores en los que las empresas canarias tienen un mayor potencial, como son:

- Ordenación del territorio
- Turismo
- Ingeniería y servicios profesionales
- Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TICs)
- Sector primario, industria y comercio
- Salud y formación
- Marino-marítimo, transporte y logística
- Cualquier otro de interés prioritario para países africanos o del continente americano.

4.3 COOPERACIÓN TERRITORIAL EUROPEA (Programa INTERREG V- A España-Portugal MAC (Madeira - Azores - Canarias) 2014-2020:

- PROEXCA apoya el diseño de proyectos en el cuadro de las convocatorias del Programa de Cooperación INTERREG MAC 2014 – 2020 y colabora en la presentación de los proyectos:
 - Proyecto MAC Customs, cuyo objetivo es fomentar el crecimiento de las relaciones comerciales entre las regiones del espacio de cooperación (Canarias, Madeira, Azores, Senegal, Mauritania y Cabo Verde), centrándose en aquellos segmentos de mayor potencial de desarrollo. Para ello, se pretende mejorar la eficacia y eficiencia de los sistemas aduaneros. En este sentido, se propiciará la participación de la Agencia Tributaria Española, al objeto de intercambiar conocimiento y Know-How con las aduanas africanas. Proyecto MAC Ingenia 2: Se resume en dinamizar y apoyar el sector de la ingeniería, arquitectura, consultoría y otros sectores de alto valor añadido en Canarias y en los territorios socios del espacio de cooperación. En el marco de este proyecto se llevan a cabo proyectos piloto de consultoría especializada de carácter transnacional en Senegal, Cabo Verde y Mauritania.
 - Proyecto MAC Smartbluef, El proyecto se enmarca en Eje 2 “Mejorar la competitividad de las Pymes” “Apoyo a la capacidad de las PYME para crecer en los mercados regionales, nacionales e internacionales y en los procesos de innovación” del Programa Operativo de Cooperación Transnacional Interreg MAC. Su objetivo general es promover la competitividad de las empresas de la economía azul mediante la implementación de una red transnacional de agentes de apoyo a la innovación que promueva la cultura innovadora y la internacionalización mediante el aprovechamiento de sinergias, capacidades y recursos compartidos.

4.3 PROGRAMAS DE APOYO DE LAS PYMES DE LAS ISLAS NO CAPITALINAS:

- Planes Sectoriales:
 - Incremento de la presencia de PROEXCA en las islas no capitalinas, se llevan a cabo cambios en la estructura de la entidad para aumentar la presencia de los agentes que intervienen en el proceso de internacionalización de la economía canaria en dichos territorios
- Subvención a proyectos de internacionalización:
 - Teniendo en cuenta que las Pymes de las islas capitalinas de Gran Canaria y Tenerife representan el 95% de las empresas beneficiarias de la subvención para la internacionalización (Canarias Aporta), se diseña un programa específico para estas islas, que contempla asesoramiento especializado para posicionar los productos y servicios de estas Pymes y también apoyo económico para el desarrollo y ejecución de las actuaciones necesarias para que las Pymes ubicadas en las islas no capitalinas acudan a mercados potenciales para sus productos y servicios. El objetivo es poner a disposición de las Pymes de las islas no capitalinas una serie de herramientas, así como una simplificación de los procedimientos administrativos para la obtención del apoyo público, teniendo en cuenta, por lo anteriormente expuesto, que

se dan las condiciones para ello por razón de interés público, económico y social en los proyectos de naturaleza económica que se soliciten al amparo de este Programa “Promoción e Internacionalización de los productos y servicios de las Pymes con domicilio en islas no capitalinas”.

5 CANTABRIA

La Sociedad para el Desarrollo Regional de Cantabria S.A. (SODERCAN), es una sociedad pública del Gobierno de Cantabria, adscrita a la **Consejería de Industria, Turismo, Innovación, Transportes y Comercio**, cuya misión es contribuir activamente al crecimiento, la diversificación y el fortalecimiento de la competitividad del tejido industrial de Cantabria, promoviendo y apoyando técnica y económicamente todas aquellas actividades que contribuyan a mejorarlo: los procesos de creación, consolidación y crecimiento empresarial, las actividades y/o proyectos de I+D+i, el desarrollo de estrategias y actuaciones que faciliten la proyección internacional de las empresas cántabras y su participación en proyectos europeos.

Para desarrollar la estrategia de internacionalización de las empresas de la región SODERCAN colabora con la Dirección Territorial del ICEX, la Cámara de Comercio, Puerto de Santander, etc., junto a entidades bancarias de referencia en el apoyo a la internacionalización: Banco Santander y Banco Sabadell. SODERCAN forma parte, así mismo, de la Enterprise Europe Network (EEN), Red Exterior formada por cerca de 600 entidades ubicadas en más de 50 países.

Las cifras de exportación de Cantabria, aunque no son ajenas a la contingencia actual viendo afectadas sus cifras de comercio exterior, están respondiendo de manera positiva. En Cantabria, los últimos datos del periodo enero-diciembre 2020 muestran que se ha producido un descenso del -5,7 % respecto al año 2019 (frente al -10% a nivel nacional).

El Nuevo Plan de Subvenciones y actuaciones girará en torno a una serie de OBJETIVOS y Ejes:

- 1) Recuperar y aumentar la cuota de mercado de Cantabria.** Recuperar esa cuota perdida durante la crisis mediante el apoyo a la búsqueda de nuevos clientes nacionales e internacionales.
- 2) Empleo y Personas.** Proporcionar a las empresas los recursos humanos necesarios para abordar sus procesos de comercialización teniendo en cuenta la situación de riesgo de disminución del empleo y pérdida de personal acaecida durante la crisis.
- 3) Apoyo a la Cooperación Empresarial.** Las agrupaciones de empresas como vía para abordar de manera conjunta el mercado nacional e internacional. La cooperación después de una crisis como la acaecida puede ser una valiosa herramienta para aunar esfuerzos y compartir costes.
- 4) Apoyo en la búsqueda de nuevos proveedores.** Se incluirá apoyo para que las empresas que tengan problemas de suministro de bienes intermedios producidos en mercados exteriores puedan buscar proveedores alternativos.
- 5) Apoyar la venta a través de e-commerce del tejido empresarial cántabro.** De manera específica se trabajará, asimismo, en el apoyo al posicionamiento y venta a través de

internet que durante el confinamiento ha sido muy importante para el mantenimiento de muchos negocios y que seguirá siendo clave a partir de ahora para muchos de los autónomos y empresas. Para que las empresas se adapten trabajaremos desde 2 puntos de vista: subvención a las herramientas de posicionamiento, venta on-line, dentro del Programa de Apertura de Nuevos mercados, etc. y a través de un programa de asesoramiento individualizado en empresas.

6) Acceso a nuevos mercados y diversificación geográfica: SODERCAN cuenta con un PLAN de Misiones comerciales y Visitas agrupadas a Ferias anual que será adaptado a las limitaciones de viajes y la cancelación de ferias. El plan 2021 seguirá primando las misiones virtuales que ya hemos utilizado en 2020. Junto a los mercados internacionales SODERCAN trabajará también los mercados nacionales con el objetivo de apoyar, así mismo, a empresas pequeñas que quieran empezar a vender fuera de Cantabria.

7) Fomento de la transversalidad de género en las empresas cántabras. Se incluirá como criterios objetivos de adjudicación de la ayuda o subvención la integración de la perspectiva de género tomando con referencia lo dispuesto en la Ley de Igualdad de Género de Cantabria (art. 55) y las recomendaciones incluidas dentro del Proyecto Europeo Fémima.

• **SERVICIOS DE INTERNACIONALIZACIÓN:**

— **Servicios de información y asesoramiento:**

La información es una herramienta fundamental que en la actual situación se hace aún más necesaria ya que disminuye riesgos y anima a la acción. SODERCAN ofrece un servicio individualizado de consultas sobre comercialización, implantación exterior, trámites y operativa de comercio.

— **Servicio Emprende+Global:**

Tras la crisis del COVID 19 es importante el apoyo al proceso de escalado internacional de emprender. Esa necesidad de búsqueda de financiación y salida a los mercados exteriores en la actual situación supone enfrentarse a nuevas barreras y dificultades, así como asumir unos riesgos para los que no están adecuadamente preparados. El escalado internacional requiere un “cambio cultural” que afecta a la organización interna de la empresa y un conocimiento y aprendizaje previo para diseñar y sostener a medio y largo plazo esta estrategia, que evite o mitigue los riesgos asociados al crecimiento global inherentes a empresas de reciente creación servicio de formación y asesoramiento técnico externo para apoyar al emprendedor/joven empresario en el enfoque internacional de su proyecto empresarial. Se prestará especial atención que ante la situación de emergencia sanitaria y social que vive el mundo en estos momentos a aquellos startups han activado sus resortes para poner su expertise y habilidad emprendedora a servicio de la sociedad en la lucha contra la pandemia del COVID 19.

— **Servicios de información y asesoramiento Plan e-commerce nacional e internacional**
De manera específica se trabajará, asimismo, en un Servicio de formación y apoyo al posicionamiento y venta a través de internet. La venta a través de los canales electrónicos que durante el confinamiento ha sido muy importante para el

mantenimiento de muchos negocios seguirá siendo clave a partir de ahora para muchos de los autónomos y empresas. Para que las empresas se adapten trabajaremos desde 2 puntos de vista: subvención a las herramientas de posicionamiento, venta on-line, dentro del Programa de Apertura de Nuevos mercados, etc. y a través de este servicio- programa de asesoramiento individualizado en empresas.

Este nuevo escenario competitivo aporta nuevas oportunidades (y nuevas amenazas) de las que las empresas deben de ser conscientes para integrarlas efectivamente en la estrategia internacional tradicional. La exportación digital es una tendencia creciente. Gracias a nuevas plataformas que permiten la llegada a empresas y consumidores a costes inferiores a los aplicables a una estrategia offline. El programa está enfocado a la formación individualizado on-line o in company para la realización de un Plan de Ecommerce Internacional.

— **Servicios de promoción de productos de Cantabria en e-commerces españoles en el extranjero**

Promoción de productos cántabros a través de las plataformas e-commerce en el mundo on-line de importadores y distribuidores españoles. En 2021 promoción de productos agroalimentarios en colaboración. Se identificaría el origen de los productos difundiendo la marca Cantabria-España.

— **Servicios observatorio Brexit y Servicio de Comité de Vigilancia Covid-19**

Ante las dificultades y problemas que las empresas cántabras afrontan ante la nueva coyuntura y problemática mundial como son el COVID 19 y la salida del Reino Unido de la Unión Europea se pone en marcha distintas iniciativas:

- Ventanilla Brexit- Observatorio Brexit web: apoyo especializado en la resolución de consultas y demanda de información sobre cualquier aspecto relacionado con la salida del Reino Unido de la UE. Este servicio se presta con el soporte de la red Enterprise Europe Network (Galactea Plus).
- Comité de Vigilancia COVID-19: mantenimiento de un site con información de interés para empresas.

— **Servicios de iniciación a la venta nacional/internacional:**

Programa in company de formación- asesoramiento para la realización de un plan de acción de venta a nivel nacional /internacional. Pool de consultores especialistas en venta tanto nacional como internacional. Se ofrecerá un servicio de asesoramiento/formación técnica en origen para apoyar a las empresas en su proceso de expansión comercial mediante un plan de trabajo definido para cada proyecto. Los objetivos básicos del programa son cuatro:

- Identificar los productos o servicios exportables de la empresa.
- Definir un plan estratégico de comercialización a su medida.
- Dotar a la empresa de los conocimientos y herramienta básicas sobre comercio exterior.
- Apoyo técnico de un gestor para llevar a cabo el plan de comercialización.

— **Servicio de información diagnóstico proyectos europeos y boletín de oportunidades**

En el ámbito de Proyectos Europeos SODERCAN ofrece un servicio de información sobre convocatorias europeas y las nuevas referidas al COVID 19, aspectos generales sobre preparación de propuestas, diagnósticos de innovación enfocados a detectar empresas de Cantabria con posibilidad de participar en proyectos europeos de Horizonte Europa, European Innovation Council (Programa KAM. Enterprise Europe Network). Dinamización entre empresas de Cantabria de la Plataforma Galactea-Plus Covid-19 y plataforma Care & Industry together against CORONA.

• **JORNADAS**

Organización de talleres formativos y jornadas país dirigidas a empresas de Cantabria sobre mercados estratégicos y aspectos de interés a la hora de abordar mercados exteriores.

• **AYUDAS Y SUBVENCIONES**

La propuesta de actuaciones y Planes de subvenciones se ha adaptado reduciendo el número de programas para facilitar el acceso a las empresas y cambiando los procedimientos de gestión para que mayoritariamente los programas impliquen justificación y solicitud en el mismo trámite.

A partir de esos objetivos estratégicos y sobre los 7 objetivos y ejes estratégicos el Área publicará **distintos Programas de Subvenciones** con los cuales se pretende dar respuesta a la problemática del COVID 19 y su repercusión en la capacidad comercial de las empresas de la región.

— **EJE. FOMENTO DE LA COOPERACION EMPRESARIAL.**

PROGRAMA COOPERA PARA CRECER UAE-ASOCIACIONES.

— **EJE. AUMENTAR LA CUOTA DE MERCADO DE CANTABRIA A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL.**

PROGRAMA ABRIENDO NUEVOS MERCADOS.

— **EJE. PERSONAS**

PROGRAMA + TALENTO. Contratación Técnicos de comercio

PROGRAMA + FORMACION INTERNACIONAL. Becas en Oficinas comerciales

• **MISIONES Y FERIAS**

Programación de eventos de promoción comercial en el exterior a través de la participación agrupada de empresas de Cantabria en misiones y ferias en colaboración con la Cámara de Comercio. Las actuaciones previstas para 2021 serán principalmente virtuales. Se incluirá también un Evento de compradores acción online en forma de encuentro B2B de compradores con las empresas de Cantabria procedentes de diferentes mercados.

6 CASTILLA LA MANCHA

El Instituto de Promoción Exterior de Castilla-La Mancha (en adelante IPEX) tiene como objetivo la promoción exterior y la captación de inversiones para la región. Se encuentra adscrito a la Consejería de Economía, Empresas y Empleo.

Es el encargado de la ejecución de la estrategia de Internacionalización de Castilla-La Mancha, trabajando en la apertura de las empresas de la región a mercados internacionales, así como la captación de inversión extranjera.

En 2021 se pone en marcha la nueva Estrategia de Internacionalización y Captación de Inversiones de Castilla-La Mancha para el periodo 2021-2025.

6.1 PLAN DE ACCIONES DE PROMOCIÓN AGRUPADAS:

Se trata de un Plan de Internacionalización consensuado con todos los agentes regionales con competencias en internacionalización.

El plan engloba a todos los sectores prioritarios para Castilla-La Mancha.

Se busca consolidar los mercados tradicionales y cercanos y fomentar la diversidad geográfica.

Con el fin de seguir ayudando a las empresas en generar nuevas relaciones comerciales y, no pudiendo atender las reuniones y ferias de manera presencial, el IPEX ha puesto en marcha nuevas fórmulas de acciones virtuales, por ejemplo, misiones comerciales virtuales que, sin duda, están suponiendo un impulso en la búsqueda de nuevas oportunidades comerciales.

Se organizan diferentes tipos de acciones de promoción de diversas maneras dependiendo del sector;

Sector agroalimentario:

- Participación agrupada de empresas en las principales ferias o certámenes internacionales.
- Misiones Inversas de importadores.
- Promociones en punto de venta.
- Presentaciones de productos de Castilla-La Mancha en destino en diferentes formatos como las exitosas presentaciones de vinos de la región en formato virtual a importadores de diferentes ciudades en Asia (Open Day).

Sector Bienes de Consumo y Contract:

- Encuentro Contract para poner en contacto a empresas del sector con prescriptores internacionales invitados como arquitectos, diseñadores de interiores y desarrolladores hoteleros.
- Misiones comerciales de empresas castellano manchegas a mercados de interés.

- Participación agrupada de empresas en las principales ferias o certámenes internacionales.

Sector Industrial:

- Misiones comerciales directas a mercados de interés.
- Misiones comerciales inversas de importadores y distribuidores.
- Ayudas en participaciones individuales en ferias de los diferentes subsectores.

6.2 CHEQUE EXPORTADOR COVID-19

El cheque exportador Covid-19 ha supuesto una ayuda de hasta 8.000 euros para que las empresas desarrollen sus propios planes de promoción internacional, así como actuaciones transformación digital e innovación con carácter internacional.

6.3 FORMACIÓN Y CUALIFICACIÓN EN COMERCIO EXTERIOR

En este sentido, se diseña un plan formativo anual. El plan tiene el objetivo de formar y actualizar a profesionales y empresas en distintas disciplinas de internacionalización.

Se cuenta para su impartición con expertos en cada materia, así como, con la colaboración de otras entidades de la región, de ámbito institucional, sectorial o financiero, entre otros.

— Aula de Internacionalización del IPEX

Ofrecer a las empresas un plan de jornadas técnicas y seminarios en distintas disciplinas de internacionalización y de mercados exteriores dirigidas a formar y actualizar a profesionales y empresas y promover la cultura exportadora.

— Seminarios y jornadas técnicas:

Involucración de entidades e instituciones de gobiernos extranjeros y de organizaciones internacionales.

Divulgación de instrumentos de apoyo público a disposición de las empresas.

Coordinación y colaboración con otras entidades en la región.

Idiomas para los negocios, para superar la barrera idiomática en la negociación internacional.

— Prácticas en empresas:

Se ofrece la posibilidad de realizar prácticas de comercio exterior en empresas y en la sede del IPEX a estudiantes y recién titulados castellano-manchegos y extranjeros con el objetivo de facilitar su inserción en el mundo laboral y retener y anclar el talento especializado en la región.

Desde el comienzo de la pandemia por la COVID-19, toda la formación se realiza exclusivamente en modalidad *online*.

6.4 PROGRAMAS DE INTERNACIONALIZACIÓN

Los programas están diseñados para ofrecer una atención personalizada a la empresa según su grado de internacionalización.

Se han presentado nuevos programas de apoyo a la internacionalización de la empresa a través de diferentes fórmulas, como la puesta a disposición de las empresas de herramientas de inteligencia de negocio que les sirvan para contar con información clave en sus procesos de internacionalización, la articulación de servicios de apoyo específico para nuevas empresas exportadoras que faciliten los primeros pasos de estas empresas que deciden salir al exterior o el apoyo a emprendedores y empresas en el ámbito de la transformación digital como vector clave en materia de internacionalización.

6.4.1 Programa “Ready”

- Servicio de información y consultoría a medida de las empresas que no tienen experiencia internacional o que han exportado de forma esporádica para prepararse en el camino de la internacionalización. Se trata de un programa de pre-iniciación que busca dar orientación a la empresa y dirigirla a su vez a otros programas disponibles de ámbito regional, nacional o europeo.
- El programa consta de:
 - 5 webinarios de iniciación en materia de comercio internacional
 - Entrevista personal mediante videoconferencia con cada empresa para detectar sus necesidades e intereses.
 - Informe personalizado al final del programa que incluya información estadística internacional (importaciones y exportaciones de su partida arancelaria), información sobre importadores, competidores internacionales y un resumen de todos los webinarios de formación.

6.4.2. Programa de Internacionalización Digital

- Diseñado para preparar a las empresas en el ámbito de la exportación digital con el fin de mejorar la competitividad para continuar su internacionalización.
- El programa constará de formación, consultoría individualizada para tutorización y seguimiento y posterior puesta en marcha de sus planes digitales. Todo ello será apoyado por el nuevo directorio sectorial de empresas y un entorno de acuerdos marco con socios principales para operaciones de e-commerce, marketplaces, etc.

6.4.3. Programa de licitaciones internacionales

- Este programa tiene como objetivo posicionar las licitaciones internacionales como vía de internacionalización para empresas con potencial licitador. En estos momentos estamos, igualmente, en fase de definición del mismo.

6.4.4. Programa de diferenciación comercial

- Se trata de un programa de asesoramiento técnico especializado para apoyar a las empresas en la mejora de su competitividad en los mercados internacionales a través de estrategias que ayudan a vincular los atributos y valores de la marca y la diferenciación por procesos.

6.4.5 Incorporación de la sostenibilidad en las estrategias de internacionalización

- Este programa busca fomentar la sensibilización para la incorporación de la sostenibilidad como parte de la estrategia de internacionalización de las empresas a través de talleres, encuentros y jornadas de carácter transversal. Se busca a su vez identificar y desarrollar alianzas con entidades públicas y privadas que sean referentes en esta materia con el objetivo de desarrollar sinergias y proyectos a desarrollar de manera conjunta para el impulso de la internacionalización disponible.

6.5 SERVICIOS A EMPRESAS

El IPEX ofrece diferentes servicios en el ámbito de la internacionalización a las empresas de Castilla-La Mancha.

Servicios de información:

Este servicio se presta desde el área de Programas e Inteligencia de Negocio del IPEX ofreciendo a las empresas datos estadísticos, operaciones de importaciones y exportaciones, así como la información de contactos de interés.

6.5.1 Servicio de análisis de competidores internacionales

- Mediante este servicio la empresa puede disponer de un informe de los principales competidores nacionales (excepto empresas de CLM) e internacionales por medio del análisis de todas las operaciones realizadas con su cartera de clientes en los mercados internacionales.

6.5.1 Servicio Identifica Clientes Internacionales

- Este servicio pone a disposición de la empresa un informe que permite realizar un ranking de los principales importadores por valor o peso acumulado anual de su producto y también poder analizar en detalle todas las operaciones realizadas por los importadores.

6.5.3. Servicio de Información Estadística

- Desde el IPEX podemos ofrecer a las empresas un informe con las exportaciones nacionales y las importaciones mundiales de su partida arancelaria, así como barreras comerciales, con el fin de conocer qué mercados consumen más sus productos, para poder definir mejor su estrategia internacional.

6.5.4 Consultores Homologados

- El IPEX cuenta con una base de proveedores homologados que han acreditado solvencia técnica suficiente para ofrecer sus servicios a empresas castellano manchegas en diferentes áreas de especialización internacional, como pueden ser el comercio exterior, asesoramiento legal, marketing, traducción etc. En este sentido, las empresas pueden consultar al IPEX por contactos de referencia en las materias que necesiten.

6.5.5 Directorio Digital de Empresas

- Directorio de empresas que tiene el objetivo de poner en contacto potenciales compradores internacionales con empresas de la región para los siguientes sectores: alimentos y bebidas, industrial y contract. Dicha herramienta cuenta con una plataforma base adaptada a las particularidades de cada sector, con sus correspondientes versiones en inglés y castellano.
- Se trata de una plataforma digital representativa para la promoción de los sectores de alimentos y bebidas, industrial y contract de Castilla-La Mancha con el fin de atraer y generar contactos interesados en la oferta de las empresas exportadoras castellano manchegas. Otro de los objetivos de este servicio es servir de soporte digital para acciones de promoción y comunicación de los sectores representados.

Servicios de asesoramiento:

Facilitar a las empresas la información y asesoramiento técnico necesario a lo largo de todo el proceso de internacionalización, desde la iniciación hasta la implantación en el exterior, en diversos aspectos tales como: mercados, distribución, formas de asociación, medios de cobro, contratación internacional, transporte, logística, etc.

— Consultoría personalizada:

Se ofrece a las empresas la posibilidad de mantener reuniones presenciales con los técnicos del IPEX en su sede o en la sede de la empresa para ofrecer apoyo en el estudio, análisis y reflexión de sus proyectos de internacionalización o a través de videoconferencia y/o correos electrónicos con las oficinas del IpeX en el exterior.

— Asesoramiento técnico:

Se facilita a las empresas la información y asesoramiento técnico necesario a lo largo de todo el proceso de internacionalización mediante la resolución de consultas planteadas por éstas. Las empresas realizan su solicitud rellenando un cuestionario diseñado al efecto que pueden encontrar en la página Web.

El servicio se realiza a través de:

- Los diferentes departamentos que estructuran la organización; Agroalimentario, Vinos, Bienes de Consumo y Servicios e Industrial.

- La Red Exterior de IPEX, la cual cuenta con oficinas permanentes en Estados Unidos, Alemania, China, Hong Kong y Japón y las Antenas Exteriores que cada año se establecen en mercados de oportunidad.

6.6 CAPTACIÓN DE INVERSIONES

- En 2021 se pone en marcha, al igual que en el área de internacionalización, la nueva Estrategia de Captación de Inversiones Regional para el periodo 2021-2025. Ese plan estratégico proporcionará nuevas herramientas en este ámbito, de manera que se continuará intensificando la estrategia para la atracción de inversión extranjera.
- A través de la oficina de atención al inversor “Investor Office”, se establecen programas destinados al asesoramiento integral a las empresas en fase de establecimiento, así como, al apoyo a la post-implantación y al incremento de la inversión de las empresas ya implantadas.
- A nivel operativo, se realizan presentaciones y eventos de promoción en aquellos países que se consideren fuente potencial de inversión, con un plan específico para atraer inversiones.
- Se potencia también las herramientas digitales en esta área con la Herramienta de Gestión de Ofertas de Proyectos que permite divulgar las peticiones de ofertas recibidas de una forma automática y sistematizada en el territorio.

7 CASTILLA Y LEÓN

El Instituto para la Competitividad Empresarial de Castilla y León (ICE) creado como Ente Público de Derecho Privado de la Comunidad Autónoma de Castilla y León, tiene como finalidades promover la competitividad del sistema productivo de Castilla y León, favorecer y dar apoyo financiero a la estrategia empresarial de innovación y **fomentar la internacionalización empresarial**.

El ICE, a través de su **departamento de internacionalización** se encarga de la realización de acciones de apoyo a la internacionalización - en particular, para la exportación e implantación comercial de las empresas de Castilla y León en el mercado internacional - así como del desarrollo de acciones para la captación de inversión extranjera.

La situación vivida en el último año, originada por la crisis sanitaria del Covid-19, de duración incierta y que ha supuesto cierres generalizados de fronteras, nos ha llevado a desarrollar algunas de nuestras actividades de forma “on-line”, permitiéndonos alcanzar nuestros objetivos, pero garantizando, a su vez, la integridad de los participantes.

Los servicios ICE en materia de internacionalización se estructuran en base a seis ejes de actuación:

1) PROMOCION COMERCIAL INTERNACIONAL

- La promoción internacional es imprescindible en el proceso de internacionalización del tejido empresarial, no sólo en el momento de entrada en un mercado, sino también para consolidar y ampliar la cuota de mercado. Incorporamos medidas destinadas al fomento y

la consolidación de la oferta exportadora de bienes y servicios en los mercados de destino, incrementando así el posicionamiento internacional de las empresas.

- En este último año, la situación de crisis sanitaria motivada por la COVID-19 ha provocado que **las actividades de promoción virtuales** hayan sido imprescindibles para poder ofrecer a las pymes la oportunidad de presentar sus últimas novedades ante importadores y distribuidores, conseguir contactos y cerrar acuerdos comerciales con clientes extranjeros.
- Principales servicios:
 - Participación agrupada de empresas en las principales ferias o certámenes internacionales.
 - Misiones Inversas de importadores para poner en contacto a los productores de Castilla y León con compradores internacionales.
 - Misiones comerciales de prescriptores de opinión para potenciar la imagen de las marcas autonómicas en el exterior.
 - Promociones en punto de venta para impulsar la promoción de productos en cadenas de distribución minoristas y llegar así al consumidor final.
 - Presentaciones de productos de Castilla y León en destino a través de distintos formatos: 'showrooms'; encuentros empresariales; catas y degustaciones, etc.
 - Servicio de oportunidades de negocio en el mercado de las licitaciones internacionales y formación específica a empresas para que liciten internacionalmente.
 - Junto con estas acciones de promoción tradicionales se ofrecen también otras nuevas como programas de adaptación de empresas al BREXIT, planes sectoriales específicos de promoción comercial o programas para la internacionalización de emprendedores.

2) CAPTACIÓN DE INVERSIONES

- Castilla y León es una región idónea para cualquier proyecto de inversión extranjera. Impulsamos medidas dirigidas a la identificación, localización, gestión y mantenimiento de cualquier proyecto de inversión susceptible de ubicarse en Castilla y León que generen riqueza y que promuevan el empleo en la comunidad.
- Principales servicios:
 - Gestión integrada de proyectos de inversión: Cada proyecto se tramita de manera personalizada desde el momento en el que se planifica la inversión, hasta su implantación definitiva en Castilla y León.
 - Programa de Empresas Tractoras: Este programa busca la creación de una plataforma de colaboración entre la Junta de Castilla y León, las empresas de componente tractor de la comunidad y el resto de compañías de la región.
 - Colaboración interterritorial de Castilla y León con el Gobierno Central y el resto de CCAA. (Creación de grupos de trabajo).
 - Establecimiento de sistemas estables y permanentes de intercambio de información.
 - Asesoramiento sobre ayudas dirigidas a facilitar al máximo el desarrollo de proyectos empresariales y la modernización de los sectores productivos regionales. Más información: <https://www.investincastillayleon.com/>

3) INFORMACIÓN Y ASISTENCIA INDIVIDUALIZADA

- Trabajamos para ampliar el grado de apertura al exterior de nuestra economía, aumentar las exportaciones de los bienes y servicios con origen autonómico y ganar cuota en nuevos mercados.
- Para conseguir todo esto ofrecemos asesoramiento integral y personalizado, adaptado a las necesidades de cada empresa. Ayudamos a las pymes a familiarizarse con el comercio internacional para que puedan minimizar los riesgos de sus inversiones y apoyamos sus planes de internacionalización para que ganen en competitividad.
- Principales servicios:
 - Análisis del potencial de los productos y/o servicios de las empresas en los mercados internacionales.
 - Información específica sobre logística, contratos internacionales, legislación, gestión documental, tendencias, oportunidades de comercialización en el exterior, etc.
 - Localización de potenciales compradores en los mercados exteriores.
 - Estadísticas a medida de Comercio Exterior de Bienes.
 - Acceso a la Biblioteca “on line” de Comercio Internacional TradeLibrary: con más de 400 publicaciones y documentos de comercio internacional.

4) FORMACIÓN Y CAPITAL HUMANO

- Abordar los mercados exteriores con los conocimientos necesarios resulta decisivo para conseguir buenos resultados. Contamos con un programa formativo (tanto para jóvenes como para el personal especializado de nuestras empresas) que persigue la mejora del capital humano mediante la especialización profesional en comercio exterior.
- Principales servicios:
 - **Máster de Comercio Exterior y Digital Business:** constituye el principal pilar con el que se pretende poner a disposición del tejido empresarial de la Comunidad trabajadores preparados para apoyar los procesos de internacionalización de las empresas.
 - **Formación especializada dirigida a pymes regionales:** organización de seminarios, jornadas técnicas y cursos intensivos sobre mercados, sectores, gestión aduanera, fiscalidad internacional, logística, marketing digital, etc., con el fin de dotar a los profesionales de las empresas de una mayor especialización en temas relacionados con el comercio exterior. En este último año, la situación de crisis sanitaria motivada por la COVID-19, hizo que las acciones que se impartieron desde marzo de 2020 **se realizarán exclusivamente en modalidad online**. Para consultar las próximas convocatorias acceda a nuestra Agenda.

5) RED EXTERIOR

- La Red Internacional de Promotores de Comercio Exterior del ICE es un pilar fundamental para respaldar sobre el terreno a las empresas de Castilla y León en su actividad internacional.

- Nuestros promotores se encuentran ubicados en puntos estratégicos de la geografía mundial, siendo una infraestructura que cambia en base a las necesidades empresariales y a la detección de nuevas oportunidades.
- En el último año, la red exterior de promotores ha estado presente en los siguientes destinos: Frankfurt, París, Casablanca, Nueva York, Santiago de Chile, Hong Kong, Shanghái, Bruselas, Londres, Estocolmo, Berna, Varsovia, Washington, Ottawa, Lima, México D.F., Bogotá, y Tokio. En 2021, contaremos con una red exterior más extensa que la actual, incorporando nuevos mercados como Dusseldorf, Chicago, Sao Paulo, Johannesburgo, Singapur, Dubái, Tel Aviv, Moscú y Lisboa.
- Principales servicios:
 - Asesoramiento sobre mercados: ofreciendo un asesoramiento especializado en aquellas materias que se consideran críticas para la mejora competitiva de las empresas en cada destino.
 - **Programa de Búsqueda de Importadores:** los promotores asentados en el exterior localizarán a los importadores más adecuados y trabajarán estrechamente con ellos para que las empresas regionales puedan cerrar acuerdos beneficiosos para su negocio.
 - **Programa de Agendas Comerciales en destino:** consiste en organizar entrevistas personalizadas con socios o clientes potenciales seleccionados para aquellas empresas interesadas en ampliar sus redes comerciales en el exterior.
 - **Localización de oportunidades comerciales:** que encajen dentro de la oferta exportable de Castilla y León.
 - Acompañamiento y asistencia a empresas en destino.
 - Apoyo en actividades de Promoción Internacional.
 - Identificación y contacto con empresas con potencial inversor.

6) FINANCIACIÓN

- Ofrecemos apoyo específico para la financiación de la internacionalización a través de la **línea de subvenciones para la Expansión Internacional de Pymes de Castilla y León**. Esta línea de subvenciones se dirige a prestar el máximo apoyo a aquellas empresas que quieran participar individualmente en acciones de promoción comercial o de inversión, y ha sido ampliada para dar cobertura a las acciones que están dentro y fuera del calendario anual programado de eventos.
- Proyectos Subvencionables:
 - Acciones de promoción internacional: misiones comerciales, participación en ferias internacionales, marketing internacional, registro de marcas y productos en países fuera de la Unión Europea.
 - Participación en licitaciones internacionales.
 - Procesos de implantación productiva y/o comercial en el exterior.
 - Cuantía mínima del proyecto igual o superior a 2.000 €.

8 CATALUÑA

ACCIÓ es la agencia para la competitividad de la empresa de la Generalitat de Catalunya. Adscrita al Departamento de Empresa y Conocimiento, está especializada en el fomento de la innovación y la internacionalización empresarial, así como en la captación de inversión extranjera.

ACCIÓ es el actor de referencia en las actuaciones dirigidas a aumentar la competitividad del tejido empresarial catalán. Ofrece instrumentos y servicios para incrementar la productividad de las empresas catalanas, así como mejorar su posicionamiento y aumentar la presencia de los productos y servicios catalanes en los mercados internacionales.

Puedes consultar información sobre todos los servicios de ACCIÓ en:

- www.accio.gencat.cat/ www.catalonia.com
- 93 476 72 00
- info.accio@gencat.cat

8.1 RED DE OFICINAS EXTERIORES DE COMERCIO E INVERSIONES DE CATALUNYA

- Es la principal herramienta con la que cuenta ACCIÓ para impulsar la internacionalización de las empresas catalanas, y está formada por 40 oficinas con un ámbito de actuación que abarca más de 100 países.
- Es una infraestructura viva, que evoluciona en función de las necesidades empresariales y de la detección de oportunidades.
- La red de oficinas es un elemento estratégico para posicionar Catalunya en el mundo y trabaja a partir de dos líneas de actuación:
- Impulso de la internacionalización empresarial, atracción de inversiones y cooperación tecnológica.
- Posicionamiento de la economía catalana y fomento del acceso de las empresas catalanas a aquellos mercados que presentan más oportunidades.
- La red de oficinas presta servicios como: búsqueda de socios y asesoramiento en *joint ventures*; búsqueda de canales de comercialización; selección de personal; *softlanding* (plataforma virtual/empresarial para un aterrizaje “suave” en el mercado de destino); agenda de contactos; estudio de viabilidad de implantación; constitución de empresa, etc.

8.2 PRINCIPALES SERVICIOS A LA INTERNACIONALIZACIÓN

8.2.1 Liderazgo de ACCIÓ en la internacionalización de la empresa

- **Entidades de Internacionalización:** ACCIÓ trabaja para el impulso de la internacionalización de las empresas catalanas a través de un marco de colaboración estable y estructurado con otras entidades que trabajan en este ámbito, a fin de incrementar la base de empresas exportadoras catalanas mediante programas de iniciación a la exportación. Ejemplos:
 - **Acreditación de los Agentes de Apoyo a la Internacionalización:** ACCIÓ reconoce y apoya a todas las entidades que acompañan a las empresas en su proceso de apertura al mundo, ya sea a través de asesoramiento, formación o financiación, mediante un sello de la Generalitat de Catalunya que acredita su experiencia en estos ámbitos
 - **Convenio anual con el Consejo General de Cámaras de Comercio de Catalunya,** para el impulso de actuaciones conjuntas en el ámbito de la internacionalización, tales como: diagnosis de internacionalización y plan de orientación a la internacionalización; consultas técnicas de comercio internacional; organización de misiones de prospección; fomento de la formación y prácticas en empresas; organización de webinars y jornadas de mercados, etc.
 - **Organización de reuniones periódicas con Agentes de Apoyo a la Internacionalización,** a través de un órgano plenario y un consejo ejecutivo. La finalidad es que éstos sean órganos consultivos de ACCIÓ y configurar un espacio de debate público-privado, abierto y transparente, sobre políticas de apoyo a la internacionalización de Cataluña.

8.2.2 Orientación a la internacionalización

- **Catalonia Trade Portal:** plataforma digital completa que rastrea más de 800 fuentes documentales de todo el mundo para poner a disposición de las empresas recursos informativos que facilitan sus procesos de negocio internacionales. Ejemplo de información que ofrece: principales países importadores de la tipología de producto de la empresa; controles y licencias necesarios para exportar/importar; estudios sectoriales; tendencias de mercado; información de aranceles y fiscalidad, etc.
- **Servicio de Asesoramiento en Internacionalización:** primer paso para impulsar la internacionalización de las empresas, que ofrece un análisis de los pasos a seguir en el proceso de internacionalización y las mejores herramientas para crecer a escala internacional.

8.2.3 Empieza a exportar

- **Programa de Cupones a la Internacionalización:** su objetivo es incentivar la internacionalización de las empresas y ofrece los siguientes servicios:

- Cupón para el desarrollo de un plan de promoción internacional: selección del producto o servicio a internacionalizar, los países de destino, los canales de distribución y elaboración del listado de clientes potenciales.
- Cupón a la subcontratación de un *Export Manager*.
- La subcontratación de los servicios debe realizarse a través de alguno de los proveedores acreditados por ACCIÓ:
 - Entidades de asesoramiento y formación especializadas en procesos de internacionalización.
 - Asesores acreditados especializados en internacionalización o en patentes y marcas, subcontratados por alguna entidad acreditada.

8.2.4 Expansión y ventas internacionales

- Servicios de la red de oficinas en el exterior:
 - **Servicios personalizados:** identificación y selección de los canales más apropiados de comercialización; elaboración de estudios de mercado; búsqueda de distribuidores y socios; detección de clientes finales; selección de personal en destino; apoyo y acompañamiento en los procesos de acceso a financiación; implantación en el exterior; etc.
 - **Acciones de promoción internacional:**
 - Misiones comerciales directas e inversas (en 2021 serán principalmente virtuales)
 - Participación en ferias (ITS, Hannover Messe, etc.)
- **Programa International eTrade:** en el nuevo contexto fruto de la covid-19, ACCIÓ apuesta, mediante este programa, por la digitalización de las empresas y, en particular, por la utilización de los canales digitales y el comercio electrónico para vender sus productos en los mercados internacionales. Incluye:
 - Plan sensibilización y formación online.
 - Asesoramiento personalizado para elaborar un plan de internacionalización a través del canal online (cupones *International eTrade*) y ayudas para su implementación.
 - Asesoramiento para acceder a mercados internacionales a través del canal online, mediante los servicios personalizados de la red de oficinas exteriores de ACCIÓ.
- **Meet the Buyer:** servicio que facilita un acceso directo a importadores, distribuidores y compradores internacionales a través de reuniones individuales telemáticas, en las cuáles las empresas tienen la oportunidad de presentar sus productos a grandes compradores con necesidades de abastecimiento.
- **Oficina Técnica de Barreras a la Internacionalización:** servicio de atención personalizada que da respuesta rápida a consultas sobre problemas y trámites de exportación e importación, tanto en origen como en destino, complementario al Catalonia Trade Portal. Incluye:

- **Ventanilla Brexit:** ofrece a las empresas las herramientas necesarias (información, asesoramiento, apoyo sobre el terreno y jornadas informativas) para afrontar los cambios del mercado británico con motivo del Brexit.
- **Plan de Barreras:** trabajo conjunto con algunos de los agentes de apoyo a la internacionalización para identificar y realizar acciones de *public advocacy*, como la Comisión Interdepartamental para la Supresión de Barreras a la Internacionalización, en la que participan otros departamentos de la Generalitat de Catalunya.

8.2.5 Servicios sectoriales y especializados

- **Economía social internacional:** este servicio facilita la internacionalización de las cooperativas, fundaciones y asociaciones del tercer sector social, mediante el asesoramiento personalizado, la identificación de proyectos de fondos y proyectos europeos, la organización de misiones empresariales y un programa personalizado de acceso a mercados mediante las oficinas exteriores de ACCIO.
- **Servicio de Contratación Pública Internacional:** facilita el acceso a las oportunidades de negocio que ofrecen las instituciones de financiación multilaterales y otras administraciones públicas extranjeras. Líneas de actuación:
 - **Formación y asesoramiento gratuito**
 - Formación estratégica para preparar el acceso de las empresas a las licitaciones internacionales.
 - *Tender Review Service:* servicio de asesoramiento gratuito para empresas que ya han participado en licitaciones, que analiza las propuestas técnicas no ganadoras con el fin de mejorarlas para convertirlas en candidaturas vencedoras.
 - **Acceso a las oportunidades de compra pública**
 - CPI África: acerca a las empresas catalanas las oportunidades de compra pública de África, continente con más oportunidades en este ámbito.
 - Cliente público: apoyo para acercar esta tipología de cliente a la empresa catalana.
 - **Relación con los principales organismos multilaterales**
 - CPI Multilaterales: acceso a las principales instituciones financieras internacionales a través de agendas personalizadas, alertas de licitaciones y la creación de un *pipeline* de proyectos.
- **Servicios de internacionalización sectorial:** servicios especialmente diseñados para sectores concretos en países concretos. Algunos ejemplos:
 - **Export covid-19 solutions:** ayuda a exportar soluciones para la emergencia sanitaria.

- **Catalan Wines:** permite a las empresas catalanas del sector vinícola introducir sus productos en Estados Unidos y Alemania.
- **Subcontratación industrial:** permite conocer a compradores industriales franceses y alemanes.
- **UK Food Retail:** servicio de capacitación y acompañamiento para entrar en el sector de la gran distribución en el Reino Unido.
- **US Fashion Consulting:** servicio de capacitación y acompañamiento para que empresas de moda puedan acceder al mercado de los Estados Unidos.
- **Mexicauto:** servicio para el acceso de proveedores del sector de la automoción a México.

8.3 CÓMO OBTENER FINANCIACIÓN

8.3.1 Servicio de Asesoramiento Financiero

- Proporciona, sin coste para la empresa:
 - Análisis previo de la empresa.
 - Orientación con consultores especializados
 - Acompañamiento y seguimiento en los trámites y las visitas para solicitar financiación.

8.3.2 Recomendador de financiación alternativa

- Esta herramienta interactiva y personalizada analiza las necesidades de la empresa y le sugiere las soluciones de financiación alternativa que mejor se adaptan a su sector, su situación y las particularidades de su proyecto.
- Es una evolución del Catálogo de Financiación Alternativa que, hasta el año 2015, recogía la información de las principales fuentes de financiación alternativa disponibles para las empresas en Catalunya.

8.4 CÓMO MEJORAR EL CONOCIMIENTO SOBRE MERCADOS EXTERIORES

8.4.1 Unidad de Secretaría Ejecutiva

- ACCIÓN cuenta con la Unidad de Secretaría Ejecutiva, que tiene entre sus objetivos principales generar conocimiento económico estratégico, así como analizarlo, valorarlo y difundirlo, con el fin de mejorar las políticas públicas y reforzar la competitividad de Catalunya y las empresas catalanas.
- Esta unidad lleva a cabo actividades como mapeos y censos de empresas catalanas y análisis de oportunidades internacionales y tendencias desde perspectivas sectoriales, de mercado y tecnológicas.

- Del análisis de las oportunidades sectoriales a nivel internacional surge una herramienta concreta, el Recomendador online de oportunidades de negocio internacionales, que detecta oportunidades de negocio para las empresas según parámetros tales como dimensión, sector y experiencia exportadora. En base a estas características, el Recomendador aconseja líneas de negocio y países donde se detectan oportunidades para abrir mercado.

8.5 ATRACCIÓN DE INVERSIÓN EXTRANJERA

8.5.1 Catalonia Trade & Investment

- Catalonia Trade & Investment impulsa inversiones empresariales de alto impacto social, económica y tecnológicamente sólidas, generadoras de riqueza y que promueven una ocupación estable y de calidad.
- Desde su sede central en Barcelona, y mediante la red internacional de 40 Oficinas Exteriores de Comercio e Inversiones, ofrece servicios de orientación, gestión de proyectos y detección de oportunidades de inversión de manera confidencial, gratuita y personalizada, para responder a las necesidades de las compañías que estudian establecerse o expandirse en Cataluña.
- Ejemplos de servicios:
 - Información para el inversor: datos prácticos y actualizados de cómo invertir y operar en Catalunya, información sectorial, contexto legal y análisis comparativo respecto a otras localizaciones.
 - Propuesta de valor a medida para el proyecto: posibilidad de intervención en el país de origen a través de las 40 Oficinas Exteriores de Comercio e Inversiones.
 - Reuniones con empresas locales y agentes relevantes o estratégicos para el proyecto.
 - Recepción técnica o institucional de los directivos del grupo.

9 COMUNIDAD VALENCIANA

IVACE-Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial, es una entidad de derecho público, integrada en el sector público instrumental de la Generalitat, adscrito a la Conselleria de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo.

Es el eje fundamental en el fomento de la innovación y competitividad del tejido empresarial valenciano que tiene entre sus competencias. promover y estimular la competitividad empresarial, el desarrollo sostenible y la adaptación de las empresas de la Comunitat Valenciana a las exigencias del mercado.

Ofrece instrumentos y servicios para incrementar la productividad de las empresas valencianas, así como mejorar su posicionamiento y aumentar la presencia de sus productos y servicios en los mercados internacionales. **IVACE INTERNACIONAL** es la unidad de negocio de IVACE que tiene como

objetivos la promoción de la Comunitat Valenciana en el exterior, y el impulso a la internacionalización de las empresas. Está especializada en la internacionalización empresarial, así como en la captación de inversión extranjera.

Para ello presta servicios de asesoramiento especializado y pone a disposición de las empresas valencianas diversos instrumentos de apoyo a la internacionalización.

Desde IVACE ofrecemos un apoyo a la internacionalización cada vez más adaptado a las necesidades de las empresas de la Comunitat Valenciana que permita aprovechar mejor las oportunidades de negocio internacionales, potenciando el desarrollo del capital humano especializado en internacionalización y la captación y consolidación de la inversión extranjera de alto valor añadido presente en la Comunitat.

Por tanto, desde IVACE Internacional, desarrollamos programas adaptados a aquellas empresas que quieren empezar a exportar, así como programas de asesoramiento especializado que permite diseñar estrategias o reorientar a la empresa en el exterior. Tratamos aspectos tan relevantes como las licitaciones públicas, la financiación internacional o las estrategias de marca y comunicación y el marketing internacional digital. Promocionamos la Comunitat Valenciana como destino estratégico de inversión extranjera y apostamos por la especialización en internacionalización a través de un ambicioso programa de becas.

Información sobre todos los servicios de IVACE en:

- <http://www.ivace.es>
- <https://www.ivace.es/index.php/es/servicios/informacion-y-asesoramiento>
- 961 209 600
- internacional.ivace@gva-es

9.1 RED DE DELEGACIONES Y ANTENAS EN EL EXTERIOR DE LA COMUNITAT VALENCIANA

- La actividad de IVACE INTERNACIONAL se implementa desde la Red de Delegaciones y antenas en el exterior ubicadas en aquellos mercados considerados prioritarios para las empresas de la Comunitat Valenciana.
- La Red Exterior de IVACE es un elemento estratégico en la actividad de IVACE para impulsar la internacionalización de las empresas valencianas y posicionar la Comunitat Valenciana en el mundo.
- Actualmente contamos ya con presencia en 24 puntos geográficos y damos apoyo en 35 mercados. Es una red activa, presente en mercados considerados prioritarios y seleccionados por una Comisión de Mercados en la que han participado Asociaciones de Exportadores, el Consejo de Cámaras de la Comunitat, ICEX España Exportación e Inversiones e IVACE. Los diferentes destinos se adaptan a las necesidades de las empresas de la Comunitat y a las oportunidades que se detectan y generan en todo el mundo.

- Desde estas delegaciones y antenas:
 - Ofrecemos servicios a medida y adaptados a las necesidades en cada uno de los mercados exteriores.
 - Ponemos a disposición de las empresas de la Comunitat Valenciana el conocimiento, la experiencia y las estructuras en todo el mundo para que las empresas alcancen su objetivo en cada destino.
 - Lo más importante es que personalizamos nuestros servicios y nos adaptamos a las necesidades de cada empresa.
- La Red Exterior de IVACE es un activo fundamental para posicionar la Comunitat Valenciana en el mundo y trabaja a partir de las siguientes líneas de actuación de IVACE:
 - Favorecer la diversificación de las exportaciones de las empresas valencianas hacia nuevos sectores y destinos estratégicos,
 - Impulsar la internacionalización empresarial de las empresas valencianas, mediante un apoyo económico, estratégico y operativo.
 - Atraer la inversión extranjera directa en sectores estratégicos de la Comunitat Valenciana y potenciar la región como destino estratégico de inversión extranjera.

9.2 APOYO ECONÓMICO A LA INTERNACIONALIZACIÓN

IVACE INTERNACIONAL facilita apoyo económico y estratégico a la internacionalización de las empresas de la Comunitat Valenciana a través del **Cheque Tutorías y Ayudas Plan de Seguimiento de tutorías**.

- **AYUDA CHEQUE TUTORÍAS**
 - Facilita asesoramiento especializado en internacionalización a las empresas de la Comunitat Valenciana.
 - El objetivo de estas ayudas es mejorar la estrategia de las pymes de la Comunitat Valenciana en los distintos ámbitos de la internacionalización y así ganar posición competitiva en los mercados exteriores a través de un acompañamiento intensivo de alta especialización e individualizado.
 - Se trata de una consultoría especializada que ofrece IVACE Internacional a través de una bolsa de expertos con experiencia contrastada en cada una de estas áreas, que asisten a las empresas en aquellas cuestiones y estrategias adecuadas a cada ámbito de actuación.
 - Se realiza bajo las siguientes modalidades de tutorías:
 - Inicio a la Exportación.
 - Revisión de la estrategia de internacionalización para empresas exportadoras.
 - Marketing Digital Internacional.
 - Financiación Internacional.
 - Contratación Pública Internacional.
 - Estrategias de marca y comunicación internacional.

- Presentación de ofertas en Contratación Pública Internacional
- Expansión internacional de Smart-ups.

- **AYUDAS A LOS PLANES DE SEGUIMIENTO Y EJECUCIÓN DE LOS PROGRAMAS DE TUTORÍAS DE INTERNACIONALIZACIÓN**

— Línea de ayuda dirigida a:

- subvencionar la puesta en marcha, desarrollo, ejecución y seguimiento de los planes de tutorías de internacionalización aprobados por el IVACE en el marco de los programas de Tutorías de Internacionalización 2014, 2015 y 2016 y del programa Cheque Tutorías de internacionalización 2017.
- Contempla un apoyo del 50% del coste de las acciones de seguimiento de las estrategias concluidas en cualquiera de los programas de tutorías realizados en los últimos 5 años, Importe máximo de los costes subvencionables de 100.000 euros.

9.3 PRINCIPALES SERVICIOS A LA INTERNACIONALIZACIÓN

IVACE Internacional ofrece un amplio abanico de servicios individuales a las empresas desde el **inicio de su actividad internacional, hasta su consolidación**. Presta servicios personalizados a las empresas para la comercialización de sus productos en los diferentes mercados y desarrolla una serie de programas y servicios que facilitan **reforzar la estrategia empresarial** de las empresas de la Comunitat Valenciana en diversos mercados.

- **ORIENTACIÓN A LA INTERNACIONALIZACIÓN:**

— DIAGNOSTICO EXPORTADOR

- Herramienta de autodiagnóstico que muestra, a las empresas interesadas, de forma sencilla y gratuita, en qué mercados tienes mayor potencial para exportar.
- Conocer los 5 mercados de mayor oportunidad para sus productos, pueden obtener un diagnóstico acerca de la posición de su empresa en cuanto a estructura, producto, marketing, competencia, procesos, tecnología, barreras de entrada y networking relacionados con la internacionalización.
- Permite conocer las fortalezas y debilidades de la empresa para avanzar en el proceso de internacionalización.
- Al finalizar reciben un informe con el diagnóstico.

— EMPEZAR A EXPORTAR:

- En colaboración con las Cámaras de Comercio de la Comunitat Valenciana y
- En coordinación con los ayuntamientos, para hacer llegar los programas de apoyo a la internacionalización a todo el territorio.
- Cofinanciado al 50% por la Generalitat y el resto por las Cámaras de Comercio con el 50% que FEDER aporta.

- Objetivo: aumentar la eficiencia y utilización de recursos y coordinar las acciones para llegar a todos los puntos de la Comunitat, donde no habíamos llegado hasta la fecha.
- Consiste en una primera jornada de presentación a la que seguirán una serie de módulos en los que se tratarán diferentes contenidos relacionados con la internacionalización de la empresa.

— CONTACTA CON LA RED:

- Celebración de una reunión virtual entre la empresa y el personal de la Red Exterior del IVACE
- Ofrece a la empresa contar con especialistas en el mercado de interés que le permite conocer la situación real del mercado, obtener información sobre el mismo y oportunidades para los productos de la empresa.
- Les permite poder estar conectados con las delegaciones de IVACE, desde su propio despacho, de forma gratuita y en el horario elegido por la empresa.

• **ESTRATEGIA EN INTERNACIONALIZACIÓN /EXPANSIÓN Y VENTAS INTERNACIONALES**

— SERVICIOS PERSONALIZADOS:

Desde la Red exterior, IVACE presta servicios personalizados a las empresas para la comercialización y promoción exterior de sus productos en los diferentes mercados.

- **Servicios comerciales personalizados:** algunos de los servicios prestados a las empresas de la Comunitat son:

Asistencia personalizada en destino: acompañamiento de la empresa en necesidades específicas que no se vean reflejadas en el resto de los servicios IVACE internacional, que requieran seguimiento (procesos de registro de marcas, homologaciones necesarias o técnicas, etc.).

Búsqueda de canales de distribución: la oficina realiza una búsqueda y selección de candidatos o empresas importador, agente, distribuidor, etc.- que desarrollen la comercialización de los productos o servicios de la empresa en dicho mercado.

Estudio estratégico: facilitar a la empresa la información necesaria sobre un determinado mercado con el objetivo de que la empresa: analice las posibilidades de venta de sus productos y decida la forma y estrategia de penetración en un mercado.

Asistencia en ferias: preparar y apoyar a una empresa respecto a su participación en una feria en el exterior, con el objetivo de que rentabilice al máximo su participación como expositor.

Información estratégica: listado de contactos: la oficina de IVACE en el exterior busca y selecciona potenciales clientes en base al perfil solicitado por la empresa y comprueba que los datos de contacto estén actualizados.

IVACE Sondea para los mercados en los que no se cuenta con ninguna información y parece conveniente hacer una aproximación inicial en la que obtener una panorámica del mercado y sector. es una forma muy ágil de obtener mayor información sobre la viabilidad de un producto o servicio en un mercado concreto.

Agenda en viaje de prospección: la oficina de IVACE en el exterior busca y selecciona potenciales clientes en base al perfil solicitado por la empresa, organiza una agenda de trabajo y acompaña a las entrevistas a mantener en el país de destino con lo que se facilita enormemente la comunicación (tanto a nivel de idioma como de cultura propia del país) Organización de agendas virtuales con clientes en mercados de interés, ante la imposibilidad de poder desplazarse a los países de destino.

- **Servicios de Promoción Exterior:** desarrollo de un **Plan de Promoción de Exterior 2021** con amplia actividad en los mercados internacionales con diferentes misiones inversas, misiones comerciales, participaciones agrupadas en ferias internacionales, Promociones /Presentaciones de oferta CV y Encuentros empresariales.

Elaborado juntamente con ICEX, Cámaras de Comercio y Asociaciones sectoriales

Actualmente se está desarrollando una herramienta-Plataforma virtual

En el primer semestre del año se están desarrollando Agendas Virtuales, Misiones comerciales directas e inversas principalmente de forma virtual.

Se pueden consultar las acciones previstas en: [PLAN DE PROMOCIÓN EXTERIOR DE LA CV](#)

• PROGRAMA DE APOYO A LA INTERNACIONALIZACIÓN DIGITAL

El programa de apoyo a la internacionalización digital persigue sensibilizar, informar acompañar y ofrecer todo el apoyo necesario a las empresas valencianas para que puedan posicionar sus productos y servicios a nivel internacional a través de todas las opciones que en estos momentos ofrecen los diferentes medios digitales. Para ello, se ha diseñado un itinerario completo que se explica a continuación:

- Sensibilización y formación: Formación con **webinars** especializados en marketing digital internacional y en los nuevos canales de comercialización online. La información y la formación es el primer paso para el desarrollo de una buena estrategia.
- Acompañamiento en la definición de la estrategia. A través del **programa EXPORNET**, acompañamos a la empresa en la definición de la estrategia inicial de posicionamiento digital a nivel internacional a través de expertos en comunicación digital internacional, así como, en su caso, en la definición de la estrategia de venta on line a través de ecommerce o de mercados electrónicos

- Servicio **Búsqueda de canales de comercialización ecommerce-marketplaces** en destino a través de la Red Exterior de IVACE. Permite analizar el canal de venta online en el mercado objeto de estudio, identificando las diferentes alternativas de mercados electrónicos, así como los puntos clave a considerar para que la empresa pueda estructurar la estrategia de comercialización online más adecuada, integrándola en su plan de internacionalización, y se le acompaña en el proceso ayudando además a la empresa en la identificación de posibles proveedores de servicios necesarios para poder desarrollar una estrategia efectiva de ventas en el mercado.

- **SERVICIOS DE INTERNACIONALIZACIÓN SECTORIAL:**

Entre los servicios especialmente diseñados para sectores concretos en países concretos, destacamos para este año 2021 las siguientes acciones:

- PRESENTACIÓN DE OFERTA CV EMERGENCIA SANITARIA EN VARIOS PAÍSES:
 - Objetivo: posicionar la oferta de productos relacionados con la emergencia sanitaria de la Comunitat Valenciana a nivel internacional para aprovechar la cuota de mercado. Impulsar la imagen del sector de emergencia sanitaria de la Comunidad Valenciana en los mercados de exportación que hemos identificado como de mayor demanda: **Estados Unidos, México, Chile, Perú, Escandinavia y Alemania.**
 - Empresas del sector textil que habían reorientado su producción hacia el material sanitario de calidad como equipos de protección personal, mascarillas, ropa de trabajo y maquinaria, así como el resto de productos médicos, hospitalarios, tecnológicos u otros relacionados con la contención de los efectos de la enfermedad, podrían ser susceptibles de presentar su oferta de producto a través de una plataforma virtual con el objetivo de poder acceder a los canales propios del sector.
- PRESENTACIÓN DE OFERTA DEL SECTOR AGROALIMENTARIA EN JAPON Y SUDESTE ASIÁTICO.
 - Objetivo: posicionar la oferta de productos agroalimentarios en mercados como Japón para aprovechar las ventajas que ofrece el tratado de libre comercio entre ese país y la UE.
 - Asimismo, se celebrarán presentaciones de oferta en Filipinas, Indonesia y Vietnam donde el sector agroalimentario presenta interesantes oportunidades.
- PRESENTACIÓN DE OFERTA DEL SECTOR DEL DISEÑO DE LA COMUNITAT VALENCIANA.
 - Objetivo: posicionar el diseño valenciano, a través de la participación de estudios de diseño de la Comunitat en un evento dirigido al mercado británico a través de una plataforma on line donde los estudios valencianos podrán presentar sus trabajos a los canales propios del sector en el Reino Unido, en el marco de la capitalidad mundial del diseño que ostenta València.

— PRESENTACIÓN DE OFERTA DEL SECTOR DEL HABITAT EN ALEMANIA.

- Objetivo: posicionar los sectores valencianos del hábitat y construcción ante prescriptores como estudios de arquitectura y diseñadores alemanes interesados en conocer una oferta complementaria de producto español. Será un evento virtual donde se expondrán los productos de las empresas valencianas participantes y donde las empresas alemanas podrán entrar en contacto directo con aquellas que les resulten de mayor interés.

9.4 ATRACCIÓN DE INVERSIÓN EXTRANJERA: VALENCIAN INVESTMENT DESK (VID)

- Es un instrumento para la atracción y retención de inversión extranjera en la Comunitat Valenciana.
- Impulsa las inversiones empresariales de alto impacto social, económica y tecnológicamente sólidas, generadoras de riqueza y que promueven una ocupación estable y de calidad.
- IVACE Internacional cuenta con más de 25 años de experiencia en el apoyo a la internacionalización del tejido empresarial de la Comunitat Valenciana.
- Servicios que ofrece:
 - **Project Management:** acompañamiento al inversor en todas las fases del Proyecto (desde el inicio hasta la implementación final) ofreciendo atención personalizada e información sobre los factores clave para el éxito del proyecto de inversión. Se actúa como interlocutor con las Administraciones Públicas aportando el apoyo institucional necesario.
 - **Business location:** trabajamos para poner en marcha proyectos de implantación ofreciendo las más atractivas condiciones de comercialización de suelo industrial en la mejor ubicación. · Asesoramiento en la búsqueda de suelo, naves industriales o instalaciones productivas para proyectos de inversión o reinversión.
 - **Búsqueda de Financiación Internacional:** facilita al inversor la identificación de empresas con proyectos sólidos y de valor añadido, o aquellas que necesiten una inyección de liquidez para afrontar su expansión y/o diversificación empresarial.
 - **Programa de fidelización:** Las empresas extranjeras instaladas en la Comunitat Valenciana cuentan con el apoyo del VID.
 - Realizamos un seguimiento exhaustivo de las inversiones realizadas con objeto de identificar sus necesidades actuales. Les asistimos en sus proyectos de expansión facilitándoles la reinversión en nuestra región.

- **Punto de Aceleración a la Inversión a proyectos prioritarios:** Los inversores cuentan con un fuerte apoyo institucional del Gobierno Valenciano que se compromete a minimizar las barreras burocráticas para facilitar los procesos de inversión. Aquellos proyectos que cumplan con unos requisitos preestablecidos de ámbito económico, generación de empleo y de innovación, sociales y medioambientales, entre otros, reducirán los trámites administrativos ordinarios a los que tengan que hacer frente al 50%.

9.5 PROGRAMA DE BECAS DE INTERNACIONALIZACIÓN: IVACE ofrece 110 BECAS de internacionalización

- 70 becas IVACE Exterior para jóvenes egresados con el objetivo de especializarles en internacionalización a través de prácticas de 12 meses en Oficinas Comerciales de España en el exterior, filiales de empresa valencianas en el extranjero o en antenas de la red exterior de IVACE.
- 40 becas IVACE E+E para técnicos con módulos de comercio exterior a través de prácticas de nueve meses en departamentos de exportación de empresas valencianas en la Comunitat Valenciana.
- Se han inscrito 400 solicitantes de empleo y 163 **empresas en EXPORTJOBS**.

9.6 SERVICIOS EUROPEOS DE AYUDA A LA EMPRESA DE LA EEN-Enterprise Europe Network

- **Asesoramiento para el crecimiento internacional.** Los expertos de Enterprise Europe Network proporcionan a la empresa el asesoramiento que necesita para crecer y expandirse en los mercados internacionales.
 - Cómo exportar sus productos o servicios a nuevos mercados.
 - Cómo obtener el mercado CE para sus productos.
 - La mejor forma de financiar sus planes de crecimiento.
 - Cómo proteger sus activos de propiedad intelectual en otro país
 - Áreas de especialización: los servicios de asesoramiento se centran principalmente en temas de la UE.
 - Legislación y normas de la UE. Ayuda para aplicar las regulaciones de la UE y cumplir con las normas (por ejemplo, mercado CE).
 - Acceso a mercados internacionales. Se proporciona información comercial y servicios de desarrollo de capacidades, identificación de mercados adecuados para el crecimiento y asesoramiento sobre las condiciones comerciales locales.
 - Contratos públicos internacionales. Realización de un mapa de las oportunidades de licitación transfronterizas y de la UE existentes y se ayuda a solicitar convocatorias.
 - Financiación y ayudas. Se ayuda a identificar fuentes de financiación y revisión de que la empresa esté preparada para inversores.

- Ayudas de la UE y apoyo a las solicitudes. Se identifican oportunidades de financiación de la UE que se adapten a las necesidades de la empresa y ayuda a presentar la solicitud.
 - Derechos de propiedad intelectual (DPI). Asesoramiento para proteger y ampliar los DPI, y redactar patentes y estrategias de explotación de DPI.
 - Eficiencia energética y de recursos. Ayuda para comprender y obtener las mejores tecnologías para la empresa e identificar oportunidades de financiación para la ecoinnovación y el espíritu empresarial ecológico.
 - Mejoras en la gestión. Identificación, selección y personalización del modelo de gestión adecuado para la empresa, acorde a sus necesidades.
- Apoyo a la innovación empresarial

Los servicios de apoyo a la innovación están abiertos a todo tipo de empresas. Los expertos están allí para evaluar qué servicios se adaptan mejor a la fase de desarrollo específica de una empresa.

— Sensibilización sobre la innovación

- información sobre políticas, legislación y programas de apoyo relacionados con la innovación
- vínculos con las partes interesadas locales en la innovación
- información sobre el acceso a fuentes locales de financiación / apoyo

— Desarrollo de la capacidad de innovación

- auditorías de innovación y asesoramiento estratégico
- asesoramiento sobre derechos de propiedad intelectual
- servicios de intermediación de tecnología e innovación
- asesoramiento sobre marketing tecnológico
- asesoramiento sobre el acceso a la financiación para la innovación
- apoyo para acceder a programas de financiación (incluido Horizonte 2020)

— Gestión de la innovación

Estos servicios ayudan a las empresas a planificar y gestionar sus actividades de innovación y a alinear su estrategia de innovación con otros procesos comerciales.

- realizar una evaluación de la capacidad de gestión de la innovación y las deficiencias, en estrecha colaboración con la dirección de la empresa
- desarrollar un plan de acción para abordar las brechas identificadas
- ayudar a la empresa a llevar a cabo el plan de acción
- indicar caminos para un mayor desarrollo

— EIC Accelerator:

- ayudar a los beneficiarios a identificar las necesidades de coaching y seleccionar coaches de negocios adecuados
- facilitar el proceso de coaching

- empoderar a los beneficiarios para que concluyan con éxito su proyecto
- planificar la siguiente fase de desarrollo

- **Asociaciones internacionales**

Enterprise Europe Network puede ayudar a la empresa a encontrar los socios internacionales adecuados para crecer y expandirse en el extranjero. La Red tiene el alcance y la experiencia para encontrar los socios adecuados para, por ejemplo:

- fabricar o distribuir sus productos
- acceder a nuevos mercados
- encontrar la tecnología que necesita para impulsar la innovación en su negocio
- cooperar en proyectos de investigación y desarrollo
- El experto:
 - observa las necesidades y objetivos,
 - evalúa si la empresa está lista para las asociaciones internacionales,
 - asesora sobre cómo prepararse mejor para la internacionalización,
 - identifica la mejor manera de encontrar un socio que se adapte a sus necesidades.
 - Los expertos en redes buscarán socios potenciales para la empresa, lo que le permitirá ahorrar tiempo y dinero. Ellos van a:
 - ponerse en contacto con los expertos adecuados en más de 60 países
 - Aprovechar la base de datos en línea de oportunidades comerciales de la Red.
 - organizar su participación en eventos internacionales de emparejamiento y misiones comerciales
- Base de datos de socios
 - La Red gestiona la mayor base de datos en línea de oportunidades comerciales de Europa. Contiene miles de solicitudes y ofertas de cooperación empresarial, tecnológica y de investigación, de empresas e instituciones de investigación y desarrollo.
- Seguimiento
 - Cuando se ha encontrado un socio adecuado, un experto asesorará y apoyará a la empresa durante todo el proceso de asociación. Su trabajo es asegurarse de que cumpla sus objetivos y que su negocio se vuelva más competitivo, como resultado de su colaboración con la Red.

10 EXTREMADURA

La Consejería de Economía, Ciencia y Agenda Digital es el organismo de la Junta de Extremadura que ostenta las competencias en materia de internacionalización. Estas competencias son ejercidas por la Secretaría General de Economía y Comercio, estando acompañada para la ejecución de las distintas actividades por la empresa pública Extremadura Avante Servicios Avanzados a Pymes, S.L.U., adscrita a esta Consejería.

Las políticas de internacionalización de la economía extremeña son configuradas a través de los marcos estratégicos plurianuales como lo será para el periodo 2021-2023 el nuevo Plan XPORTA-II (Plan de Internacionalización de la Economía Extremeña), en el que se establecen los Principios Rectores que enfocarán su desarrollo, fundamentado en cinco Áreas Temáticas sobre las que pivotarán los procesos claves, con el Objetivo general de establecer y desarrollar un marco de apoyo eficaz, ágil y flexible para impulsar y consolidar la internacionalización de la empresa extremeña y siete Objetivos Específicos que se pretenden alcanzar, gracias a los veinte ejes de intervención establecidos.

Este nuevo plan XPORTA-II, tiene la Visión, de incrementar el grado de internacionalización de la economía extremeña para superar la dimensión del mercado doméstico y así reducir la dependencia del consumo interno.

Con la Misión de apoyar y acompañar a la empresa extremeña en los procesos de internacionalización, así como facilitar el acceso a los mercados exteriores.

Datos de contacto e información del área de Internacionalización:

- <http://www.juntaex.es/con02/secretario-general-de-economia-y-comercio>
- <https://www.investinextremadura.com/>
- <https://www.extremaduraavante.es/>

10.1 PRINCIPIOS RECTORES DEL PLAN XPORTA-II 2021-2023

La estrategia de internacionalización 2021-2023 atiende a un conjunto de principios rectores basados en los siguientes enfoques:

- a) Enfoque basado en las necesidades de las empresas, adaptando las herramientas de apoyo y los instrumentos de ayudas, agilizando y flexibilizando los procedimientos administrativos, acelerando los procesos de internacionalización que emprendan y facilitando seguridad jurídica y cobertura financiera apropiada.
- b) Enfoque basado en la no discriminación competitiva y en la igualdad de oportunidades de acceso a los mercados.
- c) Enfoque basado en buenas prácticas de gestión:
 - Eficacia, a través de la elección de las medidas más apropiadas y sinérgicas, de la mejora de la predictibilidad presupuestaria, del seguimiento de la ejecución y del análisis de riesgo y la introducción de medidas correctoras.
 - Eficiencia técnica y económica, a través de la elección de las mejores alternativas de intervención para maximizar los resultados con el menor empleo de recursos y menor coste de las actuaciones. Este enfoque exige la priorización temática, sectorial y geográfica.

d) Enfoque basado en la coherencia y coordinación:

- Coherencia con los marcos estratégicos y encuadramientos en el contexto regional (Acción Exterior de Extremadura), nacional (Acción Exterior de España) y europeo (Política comercial de la UE y Acuerdos comerciales).
- Coordinación con todos los actores institucionales que trabajan, a nivel regional y nacional, en el ámbito del comercio internacional, en aras a ofrecer un marco único e integrado de todas las políticas de promoción de la internacionalización que son llevadas a cabo.

10.2 ÁREAS TEMÁTICAS:

Las áreas temáticas son enunciadas con relación a los procesos claves y los procesos de soporte sobre la que se apoya la estrategia de internacionalización.

Los servicios y utilidades se instrumentalizan a través de las actividades enunciadas en los distintos ejes de intervención asociados a los objetivos específicos. Tales servicios y utilidades son prestados por los actores institucionales y organismos y entidades públicas que actúan, a nivel regional, en el comercio exterior y las relaciones internacionales.

Se han identificado **5 áreas temáticas (AT)**, que se desarrollan a través de servicios y utilidades.

AT1. Vigilancia económica e inteligencia competitiva.

Esta AT comprende los siguientes servicios:

- Servicio de vigilancia, relacionado con las oportunidades y contingencias, las convocatorias, así como los riesgos y alertas.
- Servicio de análisis y estudios sobre los mercados exteriores, los acuerdos comerciales y multilaterales y las barreras a la exportación.
- Servicio de seguimiento (*monitoring*), ligado a la métrica de las exportaciones, las estadísticas, el análisis de tendencias y de factores portadores de valor, así como los informes de coyuntura.
- Servicio de evaluación relacionado con los indicadores claves y los informes de evaluación de la pertinencia y de impacto de las medidas.

AT2. Formación y capacitación en comercio exterior.

Esta AT inscribe los siguientes ámbitos:

- Servicio de sensibilización, destinado a movilizar la empresa extremeña para el desarrollo de una cultura exportadora.
- Servicio de formación, orientado tanto hacia una formación general en materia de comercio exterior, como a una formación más especializada.

- Servicio de capacitación, a través de la cualificación y profesionalización de técnicos de comercio exterior destacados en las empresas exportadoras.

AT3. Información y asesoría.

Esta AT atiende los siguientes campos:

- Servicio de información de mercados, comprendiendo herramientas como la “Ventana global”, el “112 Exterior” y la “Infoteca online”. (ICEX-Cámaras BA/CC).
- Servicio de asesoría y acompañamiento con relación a los programas y licitaciones públicas internacionales, así como a convocatorias de proyectos.

AT4. Apoyo y acompañamiento.

Esta AT se configura a través de programas específicos de acompañamiento del sector exportador extremeño.

- Servicio de ayudas para la financiación de las acciones de internacionalización emprendidas por la empresa extremeña.
 - Programas específicos de ayudas.
 - Internacionalización.
 - Transformación digital de la empresa exportadora.
 - Plan 2I (Innovación+ Internacionalización).
- Servicio de desarrollo de mercados a través del diseño y ejecución de planes sectoriales, planes geográficos y programas de cooperación tecnológica.
- Servicio de promoción ligada a las marcas promocionales de Extremadura.
- Servicio de accesos a los mercados.

AT5. Soportes a la internacionalización.

Esta AT se articula a través de los servicios que pueden prestar las estructuras de carácter transversal relacionadas con la representación y cooperación institucional exterior, como la Red de delegaciones comerciales de Extremadura en el mundo, la Oficina de Extremadura en Bruselas o las Embajadas y Agregadurías Comerciales del Reino de España.

10.3 PRIORIDADES Y EJES DE INTERVENCIÓN POR OBJETIVOS ESPECÍFICOS

OE1. Incrementar el peso del sector exportador extremeño en la economía regional.

Prioridad sectorial: Productos no alimentarios y servicios.

Prioridad geográfica: Todas las regiones.

Ejes de intervención y actividades:

EJE 1: Identificación de empresas extremeñas con potencial exportador.

EJE 2: Incremento de la base exportadora.

OE2. Diversificar los destinos de la exportación extremeña de bienes y servicios.

Prioridad sectorial: Todos los sectores.

Prioridad geográfica: Asia Pacífico, Japón y China. India. Países del Golfo. UE ampliación.

Ejes de intervención y actividades:

EJE 3. Fortalecimiento de la red de apoyo comercial exterior para las empresas EJE 4. Hub de negocios.

OE3. Fomentar la cualificación y profesionalización empresarial del personal de comercio exterior y mejorar la calidad del empleo.

Prioridad sectorial: Todos los sectores.

Prioridad geográfica: Todas las áreas.

Ejes de intervención y actividades:

EJE 5. Fomento del empleo cualificado en comercio exterior.

EJE 6. Formación temática.

OE4. Favorecer un entorno de competitividad para la empresa extremeña internacional.

Prioridad sectorial: Todos los sectores.

Prioridad geográfica: Todas las regiones.

Ejes de intervención y actividades:

EJE 7. Transformación digital de la empresa exportadora extremeña.

EJE 8. Acceso a los mercados exteriores.

EJE 9. Innovación + Internacionalización.

EJE 10. Cooperación empresarial internacional.

OE5. Explorar y explotar los marcos de la ayuda al desarrollo, contra el cambio climático y de las políticas de vecindad.

Prioridad sectorial: Todos los sectores.

Prioridad geográfica: MENA (Medio Oriente y norte de África). África subsahariana.

Ejes de intervención y actividades:

EJE 11. Preparación de las empresas.

EJE 12. Cooperación tecnológica internacional.

EJE 13. Plan África.

EJE 14. Plan de la Política de Vecindad.

EJE 15. Iniciativas internacionales contra el cambio climático y la desertificación.

OE6. Promoción de los productos y recursos de Extremadura.

Prioridad sectorial: Frutas, aceitunas, productos cárnicos, vinos y bebidas, productos artesanos, Servicios de la economía verde.

Prioridad geográfica: UE ampliación/USA/Canadá/Corea/Japón.

Ejes de intervención y actividades:

EJE 16. Impulsar y consolidar los destinos exportadores tradicionales.

EJE 17. Explotar las ventajas de los acuerdos UE y países terceros.

OE7. Soportes para la internacionalización de la empresa extremeña.

Prioridad sectorial: Todos los sectores.

- Prioridad geográfica: Áreas de influencia.
 Ejes de intervención y actividades:
 EJE 18. Red de Delegaciones Comerciales.
 EJE 19. Comisiones Camerales.
 EJE 20. Embajadas y Agregadurías Comerciales.

11 GALICIA

El Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE) es un Ente Público creado en 1993, adscrito a la Consellería de Economía, Empresa e Innovación de la Xunta de Galicia, cuya misión consiste en:

- Fomentar la creación de nuevas empresas.
- Promover la mejora de la productividad y competitividad de las sociedades ya asentadas en Galicia.
- Atraer inversiones foráneas.
- Facilitar la internacionalización del tejido productivo gallego.

El apoyo de la Xunta para **impulsar la internacionalización de las empresas gallegas** va ligado a la **reactivación de la economía, y a la mejora de la calidad de vida de la ciudadanía**. Esta apuesta decidida por la internacionalización del tejido productivo gallego se refleja en las actividades y servicios que presta el IGAPE, y que se dirigen a alcanzar los siguientes objetivos estratégicos:

- Mejorar la competitividad de las empresas.
- Incrementar el empleo de calidad.
- Conseguir un mayor desarrollo económico.

En el presente año 2021, **la Xunta refuerza las líneas de ayudas ya en funcionamiento, y activa nuevas medidas que faciliten a las empresas gallegas disponer de más recursos, con el objetivo de mejorar su presencia en el exterior.**

PRINCIPALES LÍNEAS DE AYUDAS A LA INTERNACIONALIZACIÓN

11.1 GALICIA EXPORTA DIGITAL

- **Objetivo: Impulsar las ventas en el exterior de las empresas gallegas a través de herramientas digitales innovadoras**, con el objetivo de desarrollar e implementar un plan de internacionalización digital.
 - Proyectos subvencionables: ayudas para Consultoría, Software y otros gastos como creación de tiendas y catálogos online, así como campañas de posicionamiento SEM.
 - Tipo de ayuda: Concurrencia no competitiva (convocatoria abierta hasta agotar presupuesto). Gasto subvencionable entre 25.000 € (15.000 € en caso de comercio minorista) y 125.000 €; hasta un máximo del 80% de los gastos, con posibilidad de anticipo de hasta el 50%.

11.2 GALICIA EXPORTA EMPRESAS

- **Objetivo:** Facilitar la entrada en los mercados exteriores de las empresas gallegas no exportadoras, o con escasa internacionalización, así como la consolidación de las empresas internacionalizadas.
 - Ayudas de apoyo a las acciones de **difusión, promoción y prospección** en mercados internacionales. Asimismo, se incluyen acciones de operatividad de internacionalización:
 - Gestión de acuerdos comerciales, certificaciones, homologaciones, y registros de marcas y patentes en el extranjero.
 - Seguros de créditos a la exportación.
 - Ayuda hasta el 70% de los gastos, con posibilidad de anticipo de hasta el 50%.

11.3 GALICIA EXPORTA ORGANISMOS INTERMEDIOS

- **Objetivo:** Puesta en marcha de planes de internacionalización mediante la realización de acciones de promoción en el exterior, favoreciendo la cooperación empresarial y el aprovechamiento de sinergias entre varias empresas.
- **Beneficiarios:** Organismos intermedios empresariales sin ánimo de lucro: asociaciones empresariales, consejos reguladores, clústeres empresariales y centros tecnológicos.
 - **Ayudas de apoyo para:**
 - Misiones empresariales directas, así como visitas a ferias y otros eventos expositivos en el extranjero.
 - Misiones empresariales inversas, elaboración de material promocional y campañas conjuntas publicitarias en el extranjero.
 - Gestión de licitaciones internacionales y acuerdos de joint-venture, contratos, certificaciones, homologaciones y registros de marcas y patentes.
 - Creación de plataformas e-commerce.
 - **Ayuda hasta el 80% de los gastos, y posibilidad de anticipo hasta el 50%.**

11.4 GESTORES DE INTERNACIONALIZACIÓN

- **Objetivo:** Ayudas para la contratación de gestores profesionales en comercio exterior, dados de alta en la Bolsa de Trabajo de profesionales con perfil y formación/experiencia en internacionalización empresarial.
 - Porcentaje de ayuda máxima: 90%.
 - Subvención máxima sobre la base del salario bruto.
 - Período subvencionable de contratación máximo: 18 meses.
 - Posibilidad de anticipo de hasta el 50%.

11.5 PLAN FOEXGA Y SINERXIA

- **Objetivo:** Plan conjunto entre el IGAPE y las Cámaras de Comercio gallegas para misiones comerciales y asistencia a ferias, tanto virtuales como presenciales.
 - Subvenciones de hasta el 90%.
 - Con posibilidad de anticipo hasta el 50%.

11.6 FORMACIÓN

- **Objetivo:** Servicio de formación con **talleres, cursos y webinarios** con temática ligada a la internacionalización.

11.7 BECARIOS DE INTERNACIONALIZACIÓN

- **Objetivo:** Formar a futuros profesionales en el ámbito del comercio internacional, para potenciar la experiencia y conocimientos sobre mercados exteriores.
 - Duración de la beca: un año, prorrogable por otro más.
 - A lo largo de 2021 se desarrolla una nueva convocatoria con 46 becarios en activo.

11.8 ANTENAS IGAPE

- **Objetivo:** Dar servicio de apoyo en los mercados destino objetivo de las empresas, estudios de mercado, búsqueda de socios o colaboradores para la empresa gallega, consultoría, captación de inversión extranjera para Galicia, etc.
 - Ubicación: China (Shanghái), EE.UU. (Miami), Marruecos (Casablanca), México (Ciudad de México), Perú (Lima), y Reino Unido (Londres).
 - Aperturas en 2021: Antena Israel, y Antena Emiratos Árabes.

11.9 OFICINA BREXIT

- **Objetivo:** Reforzar la posición de las empresas gallegas en el Reino Unido.
- **Acciones:**
 - Servicio **IGAPE RESPONDE BREXIT**: atención personalizada a través del soporte de personal técnico especializado. Se puede consultar en:
 - <http://respondebrexit.igape.es/>
 - 900 81 51 51
 - brexitgalicia@igape.es
 - **Autodiagnóstico Brexit**: herramienta online que permite a las empresas conocer de manera personalizada el impacto del Brexit, para poder anticiparse, y **adoptar las medidas necesarias para convertirlo en una oportunidad**.

- **Cheque Brexit:** ayudas para reducir el impacto Brexit a través de servicios de consultoría personalizados, subvencionados hasta el 80%. Gasto máximo subvencionable para pymes de 25.000 € y 40.000 € para grandes empresas.
- **Antena Brexit en Londres:** servicio de asesoramiento directo *in situ*, y de actualización e información por medio de informes y notas temáticas.
- **Servicios de información y formación:** últimas novedades, webinaros, y Directorio de Preguntas Frecuentes.

11.10 NUEVOS PROGRAMAS

Nuevos servicios adaptados al nuevo contexto económico y social mundial, personalizados para dar respuesta a las necesidades específicas de cada empresa:

- **Servicio de licitaciones internacionales.**
- **Consorcios de exportación.**
- **Reacciona: análisis de Mercados Objetivo**
- **Reacciona: análisis estratégicos en contexto post-Covid19**

ASESORAMIENTO EXTERNO

- **Agentes comerciales mediadores en el exterior:** base de datos de expertos en comercio exterior, con experiencia contrastada en servicios de apoyo a la internacionalización, y con amplios conocimientos del mercado del país de ubicación.
- Red mundial de empresarios y profesionales de origen gallego.

FINANCIACIÓN

- **XesGalicia** es la sociedad gestora de entidades de capital riesgo participada mayoritariamente por el IGAPE (70%) y por Ahorro Corporación (30%).
 - A través de ella, las empresas pueden encontrar financiación para sus proyectos mediante participaciones en su capital social o a través de préstamos participativos que pueden convertirse en capital. El único requisito a la hora de presentar una solicitud, es que sean empresas no financieras cuyos valores no coticen en Bolsa.

ATRACCIÓN DE INVERSIÓN EXTRANJERA

- Por otra parte, otro de los objetivos principales del IGAPE es atraer nuevos proyectos de inversión para el desarrollo de Galicia, permitiendo la creación de riqueza y empleo. En este sentido, el IGAPE, a través de **GALICIA INVEST**, facilita a las empresas con nuevos proyectos de inversión, atención y seguimiento individualizado a cada proyecto, máximos apoyos y subvenciones a la inversión, formación y contratación a través de las Instituciones correspondientes, capital-riesgo, etc.
- El IGAPE promueve la implantación de proyectos mediante subvenciones a fondo perdido compatibles con los apoyos previstos en la Ley de incentivos regionales del Ministerio de Economía, también gestionados desde el IGAPE.

Puede consultar información sobre todos los servicios del IGAPE en:

- <http://www.igape.es/es/>
- 900 81 51 51
- informa@igape.es

12 ISLAS BALEARES

El Govern de les Illes Balears, a través de la Consejería de Modelo Económico, Turismo y Trabajo conjuntamente con el IDI (Instituto de Innovación Empresarial de las Islas Baleares), las Cámaras de Comercio de Mallorca, de Menorca, de Ibiza y Formentera, y la Delegación del ICEX (España, Exportación e Inversiones), ha desarrollado de forma conjunta el Plan de Internacionalización para las empresas de las Islas Baleares 2020-2024.

Los principales destinatarios del Plan de Internacionalización son:

- Emprendedores y pymes de Baleares sin negocio internacional - Pymes con negocio internacional.
- Asociaciones empresariales y profesionales
- Estudiantes universitarios de grado medio y superior

El plan se estructura en una serie de líneas estratégicas para las que se han diseñado un conjunto de acciones, programas y servicios, tanto en Baleares como en mercados exteriores. Estas líneas estratégicas son:

Línea 1. Información y sensibilización:

- Consiste en facilitar información básica sobre internacionalización y comercio exterior. Sensibilizar a los sectores empresariales y los colectivos estudiantiles sobre la internacionalización.
- Las acciones que conforman esta línea son:
 - Jornadas, Seminarios y Presentaciones Generales - Consultas sobre internacionalización.
 - Plan Comercial del PIEIB.
 - Colaboraciones con colectivos estudiantiles.
 - Red EEN (European Enterprise Network).

Línea 2. Formación y competitividad:

- Consiste en contribuir a la mejora de la competitividad de la empresa a nivel internacional.
- Las acciones que conforman esta línea son:
 - Jornadas, Seminarios y Presentaciones sobre temas específicos.
 - Jornadas, Seminarios y Presentaciones sobre Países y/o Sectores - Cursos y Formación Especializada (Online).

Línea 3. Estrategia internacional:

- Consiste en facilitar a las empresas la realización y puesta en marcha de su estrategia internacional.
- Las acciones que conforman esta línea son:
 - Programa Xpande

- Programa Xpande Digital.
- Programa ICEX Next
- Becarios ICEX.
- eMarket Services.
- Consultoría Estratégica de Venta Online Internacional.

Línea 4. Financiación:

- Consiste en apoyar a las empresas durante los procesos de internacionalización en sus diferentes fases.
- Las acciones que conforman esta línea son:
 - Líneas del Govern de Apoyo a la Internacionalización.
 - Programa Xpande.
 - Programa Xpande Digital.
 - Programa ICEX Next.
 - Asesoramiento sobre financiación internacional.

Línea 5. Mercados exteriores:

- Consiste en presentar las principales acciones, programas y servicios existentes para hacer negocio en mercados exteriores para empresas de los sectores indicados.
- Las acciones que conforman esta línea son:
 - Red EEN (European Enterprise Network).
 - Consultas sobre internacionalización.
 - Jornadas, Seminarios y Presentaciones sobre Países.
 - Conecta2.
 - Consultoría en destino a medida - Insuleur

Para más información sobre el Plan de Internacionalización para las empresas de las Islas Baleares 2020-2024, puede visitar la página web: dgpe.caib.es o ponerse en contacto con alguna de las diferentes instituciones participantes en el Plan.

13 LA RIOJA

La Consejería de Desarrollo Autonómico es la competente en materia de internacionalización. Adscritas a ella se encuentran:

- La Dirección General de Reindustrialización, Innovación e Internacionalización, encargada de establecer las políticas y estrategias relativas a la internacionalización, así como de dirigir y coordinar las actuaciones de proyección exterior que lleve a cabo la Comunidad Autónoma de La Rioja.
- Datos de contacto e información del área de Internacionalización.
- www.larioja.org/internacionalizacion/es
 - Teléfono: 941 291 932
 - Correo electrónico: internacional@larioja.org

- La Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (ADER) es una entidad pública del Gobierno de La Rioja, encargada de la promoción económico-industrial, principalmente en el ámbito de la pequeña y mediana empresa (PYME). Entre sus objetivos se encuentran dinamizar y potenciar la competitividad de las empresas riojanas y su internacionalización, prestando para ello servicios activos, concediendo ayudas económicas o apoyando su financiación.
- www.ader.es
- Teléfono: 941 291 500
- ader@larioja.org

Se ha diseñado un **Plan de Acción para la Internacionalización de la economía riojana 2021-2023**, que ir implementando desde ambas instancias a lo largo de los tres ejercicios. Dadas las actuales condiciones derivadas de la crisis sanitaria, la estructura de acción prevista es flexible y se adaptará a los cambios acontecidos en los mercados internacionales y en la realidad de las empresas riojanas.

Mediante el Plan de Acción se pretende conseguir un mejor desempeño empresarial reforzando su grado de internacionalización y logrando una mayor apertura económica que permita incrementar la actual ratio comercial y las oportunidades de diversificación geográfica y sectorial; aumentar el número de empresas exportadoras, su competitividad y el empleo vinculado al comercio exterior.

El plan se articula en **tres líneas de actuación complementarias**, en función de la intensidad exportadora de las empresas, y plantea una serie de actuaciones que completan el amplio abanico de propuestas de ICEX. Así, junto a las actuaciones más clásicas de prestación de servicios personalizados, de promoción (como las misiones comerciales) o apoyo mediante subvenciones de la actividad exportadora, se enmarcan otras con especial interés:

- Fomentar el papel de la innovación, la tecnología y la digitalización en la internacionalización, apoyando la incorporación de herramientas digitales y tecnologías habilitadoras, mediante proyectos piloto y apoyos públicos.
- Impulso a la cualificación y formación del capital humano que gestiona la internacionalización en las empresas, como palanca de competitividad.
- Vigilancia e inteligencia competitiva para el análisis de mercados exteriores y detección de novedades, oportunidades y tendencias, especialmente en el área agroalimentaria y toda su cadena de valor, que poder trasladar ágilmente al empresariado riojano.
- Potenciar nuevas fórmulas para la internacionalización de las empresas riojanas, a través de cooperaciones comerciales y tecnológicas y de su participación en programas de financiación europeos y en licitaciones internacionales.

13.1 RED DE APOYO EXTERIOR

La Rioja no dispone de una red propia de oficinas exteriores, por lo que se apoya en los servicios de las Oficinas Económicas y Comerciales del ICEX y en algunas empresas implantadas en determinados mercados, seleccionadas ad hoc.

Establecido un grupo de países prioritarios para el comercio internacional de La Rioja en el periodo 2021-2023 (Canadá, Estados Unidos, México, China, Corea del Sur, Japón, Marruecos, Alemania, Francia, Reino Unido y Países Nórdicos), se seleccionarán los colaboradores que en cada territorio presten servicios a las empresas, tales como:

- Búsqueda de clientes.
- Nuevas fórmulas de comercialización.
- Agendas comerciales.
- Servicio personalizado de acceso a nuevos mercados.

Tanto la selección de países prioritarios como la de colaboradores de cada uno de estos mercados, evolucionan en función de las necesidades empresariales y la detección de oportunidades.

13.2 PRINCIPALES SERVICIOS Y MEDIDAS DE APOYO A LA INTERNACIONALIZACIÓN:

El plan pivota sobre tres líneas de actuación, definidas en base a la intensidad exportadora de la empresa:

- a) Iniciación.
 - Para aumentar la base exportadora y fomentar la iniciación de las empresas en la internacionalización, se establecen tres etapas (evaluación, orientación y acompañamiento) en las que se encajan los distintos servicios y medidas.
 - **Servicios personalizados y de apoyo:**
 - Diagnóstico individualizado. Para evaluar la capacidad de internacionalización y potencial exportador.
 - Elaboración de Planes de acceso personalizado en destino. Establecerán el plan de internacionalización de cada empresa para abordar los mercados exteriores, de la mano de consultores expertos.
 - Portfolio exportador, que defina el catálogo de productos o servicios exportables con la propuesta de valor orientada hacia el cliente internacional.
 - Subvención para la contratación de técnicos en comercio exterior, que pongan en marcha el plan de exportación diseñado para la empresa, y para la realización de las distintas actuaciones previstas en el mismo.
 - Servicio de Traducción e Interpretación.
 - Programa “Primera Exportación”. 4 empresas que dan sus primeros pasos en la exportación, comparten un técnico de comercio exterior que desarrolla cada plan de internacionalización, bajo la supervisión de un asesor comercial experto y con amplia experiencia.
 - Búsqueda de clientes, que lleva a cabo un especialista sobre el terreno, una vez centrados los productos y mercados de exportación de la empresa.

- **Acciones de promoción (que se solapan con las previstas en la Penetración de mercados):**

- Organización y acompañamiento de Misiones Comerciales presenciales o virtuales, para las que se organizan agendas de contactos preestablecidos.
- Ayudas a grupos de promoción internacional, que subvencionen actuaciones conjuntas de consorcios o grupos de empresas.

b) Penetración de mercados.

- Línea orientada hacia la consolidación de la posición alcanzada en un mercado en el que ya se tiene presencia. Se establecen actuaciones dirigidas al crecimiento, la promoción y la mayor implantación:

- Nuevas fórmulas de comercialización. Servicio mediante el cual especialistas sobre el terreno estudian la situación y trayectoria comercial de la empresa en un mercado o territorio, proponiendo y desarrollando un plan de actuación para incorporar nuevos clientes o nuevas fórmulas de comercialización de sus productos.
- Becas de Internacionalización. Jóvenes profesionales profundizan en su conocimiento del comercio y de los mercados exteriores, en una FECOME de los países prioritarios para el comercio internacional de la región.
- Empresas de acogida para incorporar titulados en prácticas en su departamento de internacional, que siguen desarrollando su formación y experiencia en comercio exterior.
- Apoyo a la **digitalización en la internacionalización** empresarial y la incorporación de herramientas digitales y tecnologías habilitadoras. Incluye:
 - Ayudas para la incorporación de aplicaciones y sistemas TIC.
 - Programa para la inclusión del marketing digital y el comercio electrónico.
 - **Proyecto piloto** para implantación de herramientas y tecnologías habilitadoras TIC, en los procesos de gestión y comercialización internacional.

c) Diversificación.

- La tercera línea de acción prevista se centra en diversificar los posibles mercados, así como potenciar **nuevas fórmulas de internacionalización**, con el objetivo de buscar otros países, nuevos nichos de mercado, oportunidades de negocio y de colaboración internacional (comercial y/o tecnológica), de ampliar la participación de las empresas riojanas en proyectos presentados a convocatorias europeas, y en las licitaciones internacionales. Servicios personalizados y medidas de apoyo previstas:

- Organización y acompañamiento de Misiones de prospección tecnológica y técnica presenciales o virtuales, para las que se establecen agendas de contactos preestablecidos.
- Ayudas para la presentación y gestión de proyectos a convocatorias europeas, con financiación de los gastos derivados de la subcontratación de consultoría experta para la identificación, definición y presentación.
- Acceso personalizado a nuevos mercados, por el que especialistas sobre el terreno estudian la empresa, sus productos y presencia internacional, para proponer las mejores vías de acceso a nuevos mercados y el plan de actuación.
- Acceso personalizado a licitaciones internacionales y proyectos multilaterales.

- Apoyo en la colaboración técnica necesaria para la preparación de propuestas, prestada por consultores expertos en licitaciones internacionales y órganos multilaterales.

13.3 INFORMACIÓN Y FORMACIÓN EN INTERNACIONALIZACIÓN:

Para contribuir a la mejora de la cualificación del capital humano especializado en la gestión de la internacionalización y a optimizar el acceso a la información internacional de todas las empresas riojanas, se han establecido distintos cauces:

- **Programa formativo sobre comercio internacional** que comprende las áreas de Operativa internacional, Financiación, Fiscalidad y Comercialización.
- Programación de jornadas informativas sobre determinados mercados y países, así como de programas de fondos europeos y cómo preparar su participación.
- **Servicio de información** sobre actualidad de mercados internacionales, novedades normativas y de operativa, **vía web, boletines informativos y sistema de alertas.**
- Servicio de información y selección de convocatorias de fondos europeos dirigidos a las empresas, vía boletines informativos y sistema de alertas.
- **Detección de oportunidades de negocio**, derivado de la vigilancia de mercados internacionales y enfocado principalmente al sector agroalimentario y toda la cadena de valor.
- Servicio de Biblioteca de Comercio exterior, con acceso a publicaciones de interés sobre comercio internacional.
- **Atención a consultas** de las empresas en materia de operativa y gestión del comercio internacional.

14 MADRID

La Dirección General de Economía y Competitividad, en virtud de lo establecido en el Decreto 287/2019, de 12 de noviembre, del Consejo de Gobierno, por el que se establece la estructura orgánica de la Consejería de Economía, Empleo y Competitividad tiene entre otras, las competencias para la promoción y el fomento de políticas y programas ligados a la internacionalización de la empresa madrileña y los sectores económicos.

Desde la Dirección General de Economía y Competitividad de la Comunidad de Madrid consideramos que el sector exterior puede y debe ser una de las palancas principales para la recuperación económica tras la crisis del Covid-19 una vez se normalicen los flujos comerciales globales. Asimismo, contribuye a otros objetivos de política económica prioritarios como el crecimiento de la pyme madrileña o la necesaria ganancia de productividad del tejido empresarial.

Las actuaciones previstas para el impulso de la internacionalización durante el ejercicio 2021, algunas de las cuales dan continuidad a iniciativas iniciadas en ejercicios anteriores, son las siguientes:

14.1 VENTANILLA ÚNICA DE INTERNACIONALIZACIÓN

- La Ventanilla Única de Internacionalización (VUI) de la Comunidad de Madrid es una oficina de información y asesoramiento integral sobre los instrumentos públicos de apoyo existentes para la internacionalización de las empresas, fruto de un convenio de colaboración entre la Consejería de Economía, Empleo y Competitividad y la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Madrid para la internacionalización.
- Entre sus principales servicios y actuaciones destacan:
 - **Asesoramiento y diagnóstico:** Resolución de consultas puntuales sobre mercados exteriores y trámites necesarios para la exportación de bienes y servicios, ofrece un servicio de diagnóstico personalizado para detectar el nivel de conocimiento y preparación de la empresa para afrontar su proceso de internacionalización.
 - **Jornadas y talleres técnicos:** La VUI propone un amplio repertorio de talleres de sensibilización exportadora, comercio exterior, digitalización, e-Commerce, etc. El ecosistema emprendedor y las empresas de los focos industriales de la región configuran el principal público objetivo de estos webinars, para los que también se trabaja con las asociaciones locales y sectoriales de Madrid.
 - **Punto de información Brexit:** Se presta información práctica sobre los aspectos comerciales del Brexit e incluye un servicio de asesoramiento personalizado para que las empresas madrileñas puedan conocer el impacto del Brexit, y las medidas que deben adoptar para estar preparadas ante el nuevo escenario, así como los instrumentos públicos de apoyo existentes.
 - **Transformación digital para acceder a los mercados internacionales.** La digitalización y el acceso a las plataformas de venta online a nivel global permiten acceder a un mercado globalizado, con unos costes más reducidos:
 - **Programa Madrid Exportación digital: ALIBABA.COM:** programa para la incorporación en este Marketplace de un minisite promocional (“stand compartido”) que agrega los productos y empresas que deciden estar en proyecto. En 2020 se desarrolló este proyecto para 20 pymes industriales de la Comunidad de Madrid y en 2021 se va a ampliar a con un minisite de Bienes de Consumo (Agroalimentario y Moda) con 20 Pymes más. Así mismo se realizarán campañas de marketing digital dentro de esta plataforma para intensificar el número de “inquiries” y “request for proposals” que se conviertan en “leads” para las empresas participantes.
 - **Programa Management Digital en Internacionalización:** formación dirigida a directivos y responsables de empresas ya internacionalizadas, que aporte capacitación en digitalización e internacionalización. Desarrollado a finales del 2020, está previsto que en 2021 tengan lugar dos ediciones más.
 - **Acceso a todos los instrumentos públicos para la internacionalización:**
 - Acceso a estudios e informes de los diferentes mercados en los que puede competir la empresa madrileña.
 - Agenda de talleres y jornadas especializados, organizado por otras instituciones oficiales vinculadas con la internacionalización.

- Establecimiento de contactos con empresas que abordan los mismos mercados.
- Información actualizada sobre servicios, financiación y ayudas públicas existentes: ICEX, Cámara de España, Cámara de Comercio, Industria y Servicios de Madrid, CESCE, ICO, COFIDES, Avalmadrid, CDTI, CEOE Internacional / CEIM, ENISA.
- **Servicio de búsqueda de proveedores alternativos** ante la ruptura de la cadena de suministros durante el confinamiento. Servicio dirigido a empresas que necesitan encontrar soluciones para abastecer sus procesos productivos.
- **Herramientas y Bases de Datos a disposición de las pymes.** La VUI ofrece, con carácter gratuito, acceso a las empresas y emprendedores, a las siguientes bases de datos (BD) y herramientas: BD Aduanera TARIC, Trade Library, BD de información Aduanera internacional “Importaciones e Importadores extranjeros”, BD Kompass y BD del International Trade Center (INTRACEN - WTO) y su TradeMap.
- **Programa de Cooperación y Alianzas empresariales para la internacionalización**
 - Se desarrollarán los procesos necesarios para la creación de alianzas y grupos de cooperación empresarial para acceder a los mercados y proyectos internacionales con una estructura más fuerte y una oferta más completa y competitiva. Utilizando una metodología específica, se analizarán el compromiso, los objetivos y estrategia del proyecto de cooperación, se establecerán las condiciones y el reglamento de funcionamiento de la alianza, y se elaborará un presupuesto de actuación. Para ello, se mantendrán reuniones individuales y grupales con las empresas candidatas al proyecto de cooperación.

14.2 PLAN ANUAL DE MISIONES COMERCIALES Y ENCUENTROS EN TODO EL MUNDO

- Participación en las misiones empresariales exteriores y elaboración de agendas de reuniones individualizadas con empresas e instituciones locales a través del convenio de colaboración con la Cámara.
- Con la situación actual provocada por el COVID-19 las misiones empresariales son virtuales con agendas de reuniones on-line. En 2021 se han previsto un total de 24 misiones empresariales virtuales en 5 continentes.

14.3 ATRACCIÓN DE INVERSIONES - INVEST IN MADRID

- **Invest in Madrid** identifica, promueve y difunde el valor de la región como destino atractivo de inversión, por su competitividad, su oferta de talento, capacidad tecnológica, estabilidad económica y el compromiso de su sociedad con el progreso.
- Para ello, identifican las necesidades de los posibles inversores y contribuye a las políticas públicas de atracción de inversión exterior, sugiriendo medidas encaminadas a satisfacerlas.
- Invest in Madrid sirve a la interlocución entre inversores extranjeros, asociaciones e instituciones relacionadas con la inversión extranjera y la administración pública de la región, y

contribuye a los procesos de decisión inversora con información y asesoramiento bajo los principios de calidad, confidencialidad y neutralidad.

- Su actividad se estructura a través de diversas líneas de acción:
 - **Atracción de nuevos proyectos de inversión productiva (*greenfield*):** comparando información y promoviendo contactos de interés, reuniones y visitas, que contribuyan a facilitar que las empresas extranjeras puedan dar respuesta a los factores críticos de decisión del proyecto.
 - **Atracción de capital extranjero:** fundamentalmente *Venture Capital* de crecimiento, tanto puramente financiero como corporativo, y en menor medida *family offices* e inversores privados, proveyéndoles de información sobre tendencias del mercado, legislación y coyuntura económica, oportunidades de inversión y contactos con inversores homólogos, etc.
 - **Proyectos de expansión de empresas ya implantadas en la región (*aftercare*):** fundamentalmente de apoyo a la filial madrileña en su proceso de desarrollo, con relación a nuevas inversiones y/o reinversiones, mediante contactos institucionales y de apoyo a su arraigo en el territorio.
- Además, como complemento a la actividad de atracción de proyectos, se pretende establecer una **Comisión de Atracción de Inversiones** (en proyecto) que reúna a las Consejerías de la Comunidad con competencias en el establecimiento de proyectos de inversión empresarial, con el objetivo de mejorar la coordinación en la tramitación de proyectos de inversión y mejorar el clima de negocios, con el fin último de impulsar la competitividad de la región.

14.4 PROGRAMA DE TÉCNICOS DE COMERCIO EXTERIOR PARA LA INDUSTRIA DE LA COMUNIDAD DE MADRID

- El programa de Técnicos de Comercio Exterior (TCE) para la Industria de la Comunidad de Madrid es una actuación contemplada en el Plan Industrial de la Comunidad de Madrid 2020-2025, que financia la Consejería de Economía, Empleo y Competitividad y desarrolla la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Madrid a través de un convenio subvención.
- El programa abarca dos ediciones con una duración aproximada de 2 años y 6 meses dividido en tres etapas diferenciadas:
 - **Formación teórica** especializada en Comercio Internacional (300 horas): instrumentos comerciales e instrucción en el uso de las herramientas digitales especializadas.
 - **Formación práctica** en entidades de apoyo a la internacionalización como la Red Exterior de Oficinas Económicas y Comerciales o las delegaciones de la Cámara de Comercio de España, durante un periodo de 12 meses.
 - **Incorporación a empresas industriales** de la Comunidad de Madrid con vocación exportadora durante un periodo de 6 meses.
- El programa de técnicos de comercio exterior cumple así con 3 objetivos prioritarios para la Consejería de Economía, Empleo y Competitividad:
 - El desarrollo de capital humano, en este caso especializado en internacionalización para apoyar a las empresas en su prospección y consolidación de mercados.

- La incorporación de talento al entorno empresarial, que gracias a este programa podrá impulsar su expansión fuera de nuestras fronteras.
- La mejora de nuestro tejido industrial madrileño a nivel internacional, en línea con los objetivos del Plan Industrial de la Comunidad de Madrid 2020-2025.

14.5 PATROCINIO DE EVENTOS DE PROMOCIÓN DE LA INTERNACIONALIZACIÓN: IMEX y MADRID PLATFORM

- Los eventos de carácter internacional posicionan la Comunidad de Madrid como una región referente en los negocios internacionales, atrayendo nuevas inversiones y empresas, además de generar oportunidades para la promoción de los servicios y actuaciones de internacionalización a las empresas regionales.
- Tras el *impasse* que ha supuesto la COVID-19, en 2021 se continua con la política de atracción de eventos con el patrocinio de la feria **IMEX Madrid** y del evento **Madrid Platform**, dos eventos eminentemente dedicados a la internacionalización empresarial y que sitúan a Madrid y su región como puerta de entrada entre Europa y Latinoamérica.

14.6 APOYO A LA FINANCIACIÓN: AVALMADRID

- Avalmadrid SGR, de la que la Comunidad de Madrid es socio protector, dispone de varias líneas financieras para el apoyo a la internacionalización:
 - **Línea de apoyo a pymes, autónomos y start-ups** para su internacionalización. Las garantías cubren operaciones de inversión en instalaciones fuera de España o la inversión en instalaciones en España destinadas a incremento de actividad de exportación.
 - **Línea de apoyo a la exportación:** Prefinanciaciones de exportación para financiar el período de fabricación de la mercancía exportada o los aprovisionamientos necesarios para la misma y post financiaciones de exportación para financiar el período de pago aplazado, una vez que la exportación se ha materializado.
 - **Aval licitación internacional:** para apoyar a la pyme en la obtención de avales para sus exportaciones, licitaciones internacionales, pagos anticipados, ejecuciones de obras en el extranjero o cualquier otro aval ante terceros países.
 - **Líneas Especiales Brexit** para Pymes y empresas de la Comunidad de Madrid con tráfico comercial con Reino Unido, o que tengan pensado realizar actividad internacional con este país, a través de 3 tipos de financiación:
 - Línea express Brexit: Operaciones hasta 50.000 € y préstamos a 24 meses (6 de carencia iniciales).
 - Línea vitamina Brexit: Operaciones hasta 1 M€ y hasta 60 meses (12 de carencia iniciales), tanto inversión como circulante.
 - Línea avales técnicos Brexit: Avales para anticipo de subvenciones, licitaciones, ejecución etc., en o para el mercado británico.

14.7 DIAGNÓSTICO EN INTERNACIONALIZACIÓN

- Se va a llevar a cabo un diagnóstico sobre la internacionalización de la economía madrileña, con la descripción de los sectores exportadores y mercados de destino, las tendencias y oportunidades en mercados exteriores, la detección de las necesidades empresariales y las recomendaciones sobre los instrumentos de apoyo a la internacionalización.
- Este estudio tendrá gran utilidad para:
 - Mejorar la orientación de las empresas madrileñas en su salida al exterior e incrementar su participación en las cadenas de valor globales
 - Diseñar programas de internacionalización sectoriales, mediante la cooperación con las principales asociaciones representativas de cada sector.
 - Seleccionar países de destino para la realización de las prácticas de los técnicos adscritos al Programa de Técnicos de Comercio Exterior.
 - Orientar las actuaciones de la Ventanilla Única de Internacionalización.

14.8 BREXIT

- Además de las citadas Líneas Especiales puestas en marcha por Avalmadrid para limitar el impacto del Brexit en las pymes de la Comunidad de Madrid y de las actuaciones desarrolladas en el marco de la VUI, se están impulsando determinadas actuaciones:
 - Jornadas técnicas, destacando el seminario web *Acuerdo de Comercio y cooperación entre la UE y el Reino Unido* (16 de febrero de 2021) organizado junto con la Secretaría de Estado de Comercio.
 - Actualización del estudio *Radiografía de las relaciones económicas de la Comunidad de Madrid y el Reino Unido* con datos de relaciones económicas y comerciales entre la CM y el Reino Unido a cierre de 2020.
 - Contacto periódico con actores clave en el ámbito del Brexit, tanto del sector público (Comunidad de Madrid, Secretaría de Estado de Comercio, Embajada del Reino Unido en España, etc.) como del sector privado (asociaciones sectoriales, prescriptores, etc.).

15 MURCIA

El Instituto de Fomento es la agencia de desarrollo económico de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia que tiene encomendado el impulso y desarrollo del tejido empresarial, estimulando la competitividad, la innovación y la productividad de las empresas regionales, especialmente de la Pymes, a fin de que generen empleo de calidad y estable mediante la articulación y ejecución de acciones que contribuyan al cumplimiento de las directrices de la planificación económica del Gobierno regional, en el marco de la política económica general.

Información sobre todos los servicios del INFO en:

<https://www.institutofomentomurcia.es/web/portal>;

Catálogo de servicios: <https://www.institutofomentomurcia.es/documents/20147/0/20200730+-Cata%C2%B4logo+de+Servicios+act+v1.pdf/9d6caf23-5cc6-67ca-3015-7b6c7291e986>

Teléfono: 968 36 28 00

Teléfono: 900 700 706

informacion@info.carm.es

15.1 ASESORAMIENTO JURÍDICO INTERNACIONAL

- Ofrecido gracias a un convenio con la sección internacional del Ilustre Colegio de Abogados de Murcia, contribuye a resolver dudas o problemas de las empresas en sus operaciones de comercio exterior, relacionadas con asistencia jurídica tanto mercantil como judicial o extrajudicial. El servicio se completa con un catálogo de los modelos de contratos comerciales más usuales en varios idiomas.
- ¿PARA QUÉ SIRVE?
 - Para que las empresas puedan acceder a servicios jurídicos especializados en derecho mercantil internacional.
 - Para disponer de contratos de compraventa internacionales, en varios idiomas y de variada tipología.

15.2 BOLSA DE TÉCNICOS EN COMERCIO EXTERIOR

- Servicio ofrecido en formato de bolsa de trabajo para poner en contacto a empresas que necesitan crear o reforzar sus departamentos de comercio exterior con técnicos especializados en internacionalización, universitarios o de FP2.
- ¿PARA QUÉ SIRVE?
 - Para facilitar la incorporación de personal especializado, especialmente jóvenes graduados, en empresas exportadoras o importadoras de la Región de Murcia.
 - Para mejorar, con personal cualificado, los departamentos de exportación de las empresas, tanto de las que se inician en comercio exterior, como de aquellas que quieren consolidar sus equipos de internacionalización.

15.3 EEN-SEIMED

- El INFO forma parte de la red EEN (Enterprise Europe Network), a través del consorcio SEI-MED, cofinanciada por la Comisión Europea.

15.4 INFORMACIÓN INTERNACIONAL

- Servicio de resolución de consultas y problemas relacionados con el comercio internacional y los distintos países. Desde normativa nacional o internacional, informes de mercado, contactos con distribuidores y agentes, análisis estadísticos, hasta búsquedas arancelarias o trámites de exportación o importación en cualquier país, entre otros.
- ¿PARA QUÉ SIRVE?
 - Orientar a las empresas sobre los mercados más atractivos para sus servicios o productos.

- Resolución de consultas o problemas sobre cualquier aspecto relacionado con el comercio exterior y la internacionalización.
- ¿CÓMO FUNCIONA?
 - Las consultas se pueden presentar vía correo electrónico, teléfono o presencialmente.
 - Dependiendo de la complejidad de la consulta, los técnicos del INFO necesitarán más o menos tiempo para resolver la consulta o bien con apoyo externo de otros socios de la red EEN-SEIMED, servicios legales (Servicio de Asesoramiento Jurídico) o la Red de Promoción Exterior.
 - En todo caso, nuestro compromiso es ofrecer una respuesta rigurosa y por escrito a la consulta recibida en un plazo aproximado de 3 días.

15.5 OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS

- Servicio gratuito que facilita el intercambio de ofertas o demandas comerciales de productos o servicios en +50 países, gracias a la red EEN, cofinanciada por la Comisión Europea, de la que el INFO es socio a través del consorcio SEIMED. Ante la situación excepcional que, con motivo de la epidemia Covid19, están sufriendo las empresas regionales en la importación de materias primas, productos acabados o semiterminados, procedentes de China y otros países asiáticos, el INFO ofrece el Servicio LOCALIZA, para búsqueda de proveedores alternativos en más de 50 mercados.
- ¿PARA QUÉ SIRVE?
 - Búsqueda de oportunidades comerciales a través de una plataforma virtual.
 - Posibilidad de suscripción a Alertas, según criterios individualizados, para recibirlas en su buzón de correo.
 - Publicación de búsquedas de clientes o proveedores de las empresas murcianas en una base de datos que explotan y difunden más de 600 socios de la red EEN.
- ¿CÓMO FUNCIONA?
 - Para búsquedas: Acceda al portal web y utilice las opciones de “Búsqueda” de oportunidades comerciales que le ofrece nuestro portal: <https://www.seimed.eu/page/busqueda-de-socios>. Mediante un simple formulario on-line podrá solicitar los datos de contacto de las empresas de su interés en otros países.
 - Para publicar ofertas y demandas: La empresa murciana rellena el formulario on-line que se difunde entre los organismos empresariales asociados a la red Enterprise Europe Network (SEIMED) en los países que la empresa seleccione, con el fin de localizar potenciales clientes o proveedores.

15.6 ASISTENCIA TRADUCCIÓN TELEFÓNICA

- Este servicio de interpretación telefónica elimina barreras idiomáticas facilitando la gestión del negocio, resuelve las necesidades comunicativas de la empresa y le permite hablar con numerosos países de manera económica y con traducción en tiempo real.
- ¿PARA QUÉ SIRVE?

Para comunicarse con sus clientes o proveedores en inglés, francés, alemán o italiano de forma inmediata de 9:00 a 19:00 horas excepto festivos nacionales. También es posible hablar en otros 27 idiomas más, bajo petición previa en un plazo máximo de 24 horas, concertando día y hora de llamada.

15.7 BREXIT: HERRAMIENTAS BREXIT

- Ante las dificultades y problemas que las empresas murcianas afrontan por la salida del Reino Unido de la Unión Europea, el INFO lleva desde hace tiempo poniendo en marcha diversas iniciativas que permitan a los empresarios una mejor toma de decisiones ante la compleja y desconocida problemática del Brexit.
- ¿PARA QUÉ SIRVE? Para obtener una adecuada perspectiva, dependiendo del grado de impacto del Brexit en los distintos sectores/empresas, de la situación derivada del abandono británico de la UE, para que puedan adaptar sus estrategias.
 - **VENTANILLA BREXIT.** Apoyo especializado en la resolución de consultas y demanda de información sobre cualquier aspecto relacionado con la salida de Reino Unido de la UE. Este servicio se presta con el soporte de la red Enterprise Europe Network (SEIMED).
 - **AUTODIAGNÓSTICO BREXAM.** Herramienta interactiva para conocer el nivel de madurez y exposición de la empresa para afrontar el Brexit y, al mismo tiempo, contribuirá a sentar las bases para la elaboración de un plan de contingencia individual, imprescindible para mitigar los riesgos derivados del Brexit.
 - **CHEQUE BREXIT.** Subvenciones de hasta 10.000 € para el estudio, diagnóstico, diseño y puesta en marcha de planes de contingencia para las distintas áreas de la empresa, según los escenarios de salida del Reino Unido de la UE (convocatoria cerrada, pendiente de nueva publicación).
 - **OBSERVATORIO BREXIT.** Base documental específica sobre diversos aspectos legales e informativos del proceso de abandono de la UE por parte del Reino Unido y del nuevo marco de relaciones entre ambas partes.

15.8 INICIACIÓN A LA EXPORTACIÓN

- Formación y acompañamiento para análisis de las capacidades exportadoras de la empresa y selección de los mercados de oportunidad, así como definición de canal y cliente para dirigirlo y facilitación de herramientas para el acceso.
- ¿PARA QUÉ SIRVE?
 - Para analizar la situación competitiva de la empresa para empezar a exportar, elegir productos o servicios estrella con los que empezar a posicionarse y conocer las herramientas y servicios de apoyo.
 - También para localizar mercados internacionales de interés y de conocimientos sobre cómo diseñar un Plan de iniciación a la exportación y ayudas disponibles.

15.9 JORNADAS Y TALLERES

- Amplia oferta formativa que, a lo largo del año, cubre numerosos aspectos para mejorar el acceso de las empresas murcianas a los mercados internacionales. A veces, la formación se focaliza en aspectos de máxima actualidad y otras en materias recurrentes como aranceles, inteligencia competitiva o logística.
- ¿PARA QUÉ SIRVE?
 - Para mejorar los conocimientos, conocer las últimas tendencias en comercio exterior y actualizar las competencias de los responsables de comercio exterior de las empresas murcianas ya consolidadas, o para incidir en elementos que necesitan un tratamiento de actualidad o urgente.
 - Para iniciar a emprendedores e incluso autónomos, que tienen proyectos de internacionalización, a sentar las bases de conocimientos esenciales y necesarios para vender en los mercados internacionales.

15.10 BECAS DE INTERNACIONALIZACIÓN

- Becas de formación en comercio exterior, con un importantísimo componente práctico, que se llevan a cabo en Oficinas Económicas y Comerciales de España en diferentes destinos, con una duración de un año.
- ¿PARA QUÉ SIRVE?
 - Para ofrecer una formación de excelencia en materia de comercio exterior a jóvenes profesionales especializados en intercambio empresarial, cuya misión es, entre otras, proyectar adecuadamente tanto la imagen de la Región de Murcia como las capacidades de los distintos sectores productivos regionales y las empresas que en ellos se integran.
 - Permite, al mismo tiempo, una capacitación teórica sólida, a través de un programa de formación de naturaleza selectiva y la complementa con una experiencia práctica desarrollada en Oficinas Económicas y Comerciales de España en el exterior.

15.11 MISIONES COMERCIALES/MISIONES COMERCIALES VIRTUALES Y FERIAS INTERNACIONALES

- El Plan de Promoción Exterior de la Región de Murcia, impulsado y coordinado por el INFO, es una experiencia de éxito desde hace más de 25 años, que estructura la colaboración de la Administración Regional con las Cámaras de comercio de Murcia, Cartagena y Lorca, que ponen en común sus recursos materiales y humanos para la programación de eventos de promoción comercial en el exterior.
- Anualmente, se establece un plan que integra la organización de misiones (directas e inversas), ferias y otras actuaciones, como catas, degustaciones, showrooms, promociones punto de venta, etc. Desde 2020, y a raíz de la crisis sanitaria surgida por la COVID-19, se están organizando acciones virtuales para seguir ofreciendo a las empresas regionales la posibilidad de presentar sus productos en los mercados objetivo.
- ¿QUÉ OFRECE?

- Organización de ferias o misiones directas o inversas, bien multisectoriales o sectoriales, a propuesta de asociaciones y empresas, dirigidas a mercados de alto interés.
 - Son actuaciones cofinanciadas con fondos FEDER para Pymes regionales.
 - El INFO y las Cámaras de Comercio regionales se encargan de la organización, la logística y del acompañamiento a las empresas.
 - Se publica un calendario anual de eventos.
- ¿PARA QUÉ SIRVE?
 - Presencia agrupada en eventos expositivos, misiones o encuentros empresariales con entrevistas bilaterales programadas, para acceder a nuevos mercados.
 - Para prospectar nuevos mercados o consolidar aquellos a donde ya se exporta, mediante el contacto directo y personalizado con compradores en ferias o misiones.

15.12 AGRITECHMURCIA (SPAIN)

- AgritechMurcia es una plataforma conformada actualmente por 21 empresas de tecnología agrícola, varios centros de investigación y la universidad, que acumulan más de 40 años de experiencia en la Región de Murcia. La plataforma cuenta con el respaldo de la administración regional. La tecnología y la innovación desarrollada por el conjunto de los miembros, les permite crear soluciones adecuadas y adaptadas a todo tipo de agricultura, en cualquier parte del mundo.
- ¿QUÉ OBJETIVOS TIENE?
- Ofrecer una imagen de innovación y competitividad del sector de tecnología agraria en la Región de Murcia.
- Ofrecer un modelo experimentado y exportable de optimización de uso y gestión del agua en la agricultura, principalmente focalizado en el cultivo intensivo y sostenible; en climas áridos y semiáridos.

15.13 SERVICIO DE LICITACIONES

- Mediante este servicio, centrado en la información específica de licitaciones de carácter internacional financiadas por Organismos Multilaterales e Instituciones Financieras Internacionales de interés para las empresas murcianas, se accede a una extensa gama de oportunidades de negocios para vender bienes o servicios a través de esta canal.
- ¿QUÉ OFRECE?
 - Suscripción a un boletín de alertas con una cuidada selección de licitaciones internacionales escogidas para las empresas murcianas, con la información básica del proyecto licitado.
 - Asesoramiento personalizado por nuestros técnicos especializados, sobre los procesos de licitación en general y sobre cualquier duda o pregunta que se tenga sobre una licitación concreta.
 - Talleres y jornadas formativas para entender mejor los procedimientos, así como prácticas específicas.

- ¿PARA QUÉ SIRVE? Para mejorar la información y capacitación de empresas proveedoras de producto y servicios susceptibles de participar en licitaciones internacionales financiados por Organismos Multilaterales e Instituciones Financieras Internacionales, de modo que puedan identificar y participar con mayores garantías de éxito en los proyectos abiertos publicados.
- En 2021 se van a lanzar dos proyectos piloto que se pretende extender en el futuro a nuevos mercados:
 - **ALERTA.LICITA SENEGAL.** Servicio semanal de alertas sobre:
 - Manifestaciones de interés
 - Licitaciones nacionales e internacionales de los sectores relevantes para la Región de Murcia.
 - Adjudicación provisional del proyecto
 - Adjudicación definitiva
 - El Plan Senegal Emergente (PSE) es el marco de referencia que define la política de desarrollo económico de Senegal a largo plazo. Se trata de un conjunto de políticas estratégicas que deberá permitir que se convierta en 2035 en un país emergente y hub logístico, industrial, minero, aéreo y turístico para la región. El plan está compuesto de un amplio abanico de medidas estructurales para mejorar el clima de negocios, reforzar el capital humano, mejorar la financiación de la economía, etc.; así como un plan de inversión en sectores prioritarios con alta capacidad de arrastre y potencial de creación de empleo (agricultura, minas, infraestructuras, hábitat, turismo, energía, logística, industria, etc.), los llamados “proyectos faro”.
 - **LICITA MÉXICO.** Tiene por finalidad promover la Internacionalización de las empresas de la Región de Murcia, a través de la identificación de asistencias técnicas y consultorías en México destinadas a:
 - Elaboración de estudios de viabilidad y factibilidad económica u operacional de proyectos
 - Impulso estrategias de desarrollo sectorial o regional
 - Modernización y mejora de la gobernanza económica
 En particular, los sectores estratégicos para el apoyo a la internacionalización son los siguientes:
 - Ordenación del territorio
 - Infraestructuras
 - Ingenierías y servicios profesionales (energías renovables, modernización de infraestructuras agrícolas, tratamiento de aguas, tratamiento de residuos)

15.14 RED EXTERIOR

- Red integrada por consultores especializados en comercio exterior, nativos o residentes en los principales mercados de interés para las empresas de la Región de Murcia. Profundos conocedores de las particularidades del mercado, que ponen su experiencia al servicio de las empresas que quieren prospectar un nuevo mercado, introducirse o consolidar su presencia en la zona.

- ¿QUÉ OFRECE?
 - Una larga experiencia del responsable del servicio en destino –como profesional y residente en el país- ya que conoce perfectamente la lengua y las prácticas comerciales del mercado de destino (disposiciones aduaneras, aranceles, transporte, medios de pago, márgenes, precios de venta, perfil del consumidor).
 - Una metodología de trabajo apropiada para cada mercado y para el exportador murciano, con la enorme ventaja de que opera “sobre el terreno”.
 - Conocimiento del tejido empresarial de la Región de Murcia, lo que facilita la relación con los exportadores.
 - Precios competitivos y la posibilidad de obtener cofinanciación pública a través de programas de ayuda del INFO.

- ¿PARA QUÉ SIRVE?
 - Para acceder a nuevos mercados, especialmente aquellos donde se necesita una prospección inicial, la localización de agentes o distribuidores, conocer las características del mercado, realizar agendas de contactos; o donde la distancia puede ser un obstáculo, con un énfasis particular en la búsqueda de nuevos clientes.
 - Para consolidar mercados a donde ya se exporta, mediante un trato más directo y personalizado con los compradores, con el consiguiente ahorro en desplazamientos, en la asistencia a ferias o la solución de problemas.

15.15 PROGRAMAS DE AYUDA

- **PROGRAMA DE AYUDAS A LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS**
 - Programa, en régimen de concurrencia competitiva, destinado a impulsar las estrategias empresariales de carácter internacional que mejoren el posicionamiento estratégico en los mercados exteriores, con especial énfasis en la apertura de nuevos mercados o la introducción de nuevos productos. Puede acceder cualquier empresa con sede social en la Región de Murcia, de cualquier sector de actividad, excepto pesca, acuicultura y la producción primaria de productos agrícolas.
 - ¿QUÉ ME SUBVENCIONAN?
 - Gastos de consultoría externa para la elaboración de diagnóstico de posición competitiva de la empresa y su potencial de internacionalización y elaboración de planes de marketing internacional.
 - Prospección individual de la empresa a nuevos mercados objetivo para la realización de agendas de trabajo.
 - Participación en ferias y exposiciones internacionales con stand propio.
 - Acciones de marketing internacional (diseño y traducción de material promocional, desarrollo de nuevas herramientas telemáticas, gastos de publicidad en medios extranjeros).
 - Gastos de registro de marcas y patentes en los mercados de destino.
 - Organización de misiones inversas y viajes de familiarización y formación.

- Implantaciones en el exterior de naturaleza comercial o productiva y siempre que no supongan el establecimiento y la explotación de redes de distribución en otros países.
- **DINAMIZACIÓN DE MERCADOS EXTERIORES**
 - Programa destinado a fomentar la internacionalización de las PYMES mediante la contratación de servicios profesionales categorizados por el Instituto de Fomento de la Región de Murcia y prestados por proveedores acreditados en los mercados de destino (RED EXTERIOR), dirigidos a la apertura de nuevos mercados o al lanzamiento de nuevos productos.
 - ¿QUIÉN PUEDE ACCEDER? Cualquier PYME con sede social en la Región de Murcia salvo las dedicadas a la pesca, acuicultura, y a la producción primaria de los productos agrícolas.
 - ¿QUÉ ME SUBVENCIONAN? Existen 4 categorías diferentes de servicios subvencionados:
 - Prospección de mercado: Estudio específico del mercado, búsqueda de fuentes de información, etc.
 - Viaje de prospección: Identificación de potenciales clientes, adaptación y envío de documentación y otros.
 - Introducción comercial: Agenda de entrevistas, apoyo durante las entrevistas, asesoramiento en la formalización de acuerdos, etc.
 - Servicios asociados a la participación en ferias
 - Servicios asociados a la implantación en el mercado
 - Otros servicios asociados a la apertura del mercado de destino o el lanzamiento de nuevos productos: Trámites aduaneros; Trámites de logística y transporte, registros sanitarios, certificaciones, homologaciones de producto, etc.; trámites en licitaciones públicas, análisis de riesgos.
 -

15.16 INVEST IN MURCIA

- Invest in Murcia es el Departamento de Captación de Inversiones y Suelo Industrial del INFO. Posee una sólida trayectoria apoyando empresas españolas y extranjeras que desean fijar sus proyectos empresariales en la Región. El Departamento de Inversiones también promueve y facilita los proyectos de reinversión de empresas establecidas en la Región que desean consolidar su crecimiento.
- Las empresas con proyectos de inversión pueden beneficiarse de un servicio de soporte que acelera la implantación del proyecto y minimiza los trámites. El equipo multidisciplinar del INFO cubre todos los aspectos relevantes de la implantación y expansión empresarial, respaldado por un profundo conocimiento sobre la estructura y el tejido empresarial local. Como el proyecto de inversión va mucho más allá de la fase de creación, los servicios que se ofrecen son globales y continuados en el tiempo.
- ¿QUÉ OFRECEMOS? La globalidad de los servicios que ofrecemos abarca todas las etapas del proceso inversor, incluidas las que se requieren tras haber completado la inversión.
 - Información y análisis: Se proporcionan la información y los análisis necesarios para facilitar la toma de decisiones y optimizar el rendimiento empresarial.

- Asesoramiento financiero: Se proporciona consultoría financiera en torno a las ayudas propias de la Región de Murcia, sean subvenciones o financiación estándar, así como otras procedentes del Estado o de la Unión Europea.
- Localización empresarial: Mantenemos desde hace décadas una estrecha relación con los polígonos industriales de la Región de Murcia y disponemos de herramientas específicas para sugerir la ubicación más adecuada.
- *Fast Track* para las inversiones-UNAI: La Unidad de Aceleración de Inversiones, para empresas que creen al menos 10 puestos de trabajo o quieran invertir más de 400.000 euros, responde a las solicitudes empresariales en un plazo de 48 horas.
- Catálogo de proveedores y colaboradores: En base a las características de cada proyecto, se ofrece a las empresas inversoras un catálogo de empresas locales en múltiples sectores de interés para el nuevo inversor, como proveedores, suministradores o colaboradores en la Región.
- *AfterCare/Investor Café*: Este servicio está destinado a crear nuevas oportunidades para las empresas que ya operan en la Región. El objetivo es favorecer un rendimiento empresarial continuado.

16 NAVARRA

Gobierno de Navarra gestiona su apoyo a la internacionalización a través del Plan Internacional de Navarra. En primavera de 2021 se va a lanzar un nuevo Plan Internacional de Navarra 2021-2022 con acciones dirigidas a impulsar la internacionalización de las pymes navarras.

Este nuevo plan se articula en 6¹ ejes con sus correspondientes acciones:

16.1 EJE 1. GOBERNANZA Y LIDERAZGO.

16.1.1 Establecimiento de mercados prioritarios

- Establecimiento de una serie de mercados prioritarios para las empresas navarras en los que se centrarán los esfuerzos a la hora de impulsar acciones de internacionalización. Estos países han sido seleccionados en virtud de su dinamismo, la adecuación de las oportunidades con el tejido empresarial navarro, la facilidad para hacer negocios y las sugerencias recibidas por empresas y agentes en el diagnóstico del presente plan.
- Para el periodo 2021 - 2022 los países seleccionados serán los siguientes: China, México, Estados Unidos, India, Francia, Alemania, Italia, Reino Unido.

16.1.2 Acción comercial institucional

- La acción comercial institucional incluye reuniones, contactos y eventos establecidos por Gobierno de Navarra a nivel institucional y empresarial para mejorar el posicionamiento de Navarra, de sus productos y sus empresas en el ámbito internacional. Estos contactos van

¹ El sexto eje, captación de inversiones, es llevado a cabo por la sociedad pública SODENA, y no se incluye en el presente documento al no estar dirigido a empresas navarras

dirigidos a los sectores estratégicos de Navarra en su estrategia de especialización y a los mercados prioritarios del presente Plan Internacional.

16.1.3 Día de la Internacionalización

- Anualmente se organiza una jornada como punto de encuentro para todo el sector exterior de Navarra. La jornada está organizada de manera conjunta por Gobierno de Navarra y por el resto de agentes de la internacionalización en Navarra: ICEX, Confederación de Empresarios, Cámara Navarra de Comercio, Industria y Servicios y Enterprise Europe Network.
- La jornada puede estar dedicada a un país prioritario e incluir encuentros B2B con empresas internacionales.

16.1.4 Colaboración con otras entidades: Círculo PIN

- Grupo de coordinación entre todos los agentes que trabajan el apoyo a la internacionalización de las empresas en Navarra. Este círculo trabaja conjuntamente para evitar duplicidades, informar de manera integral a las empresas y organizar determinadas acciones en colaboración.
- Forman el Círculo PIN, además de Gobierno de Navarra: ICEX, Confederación de Empresarios de Navarra, Cámara Navarra, SODENA, Enterprise Europe Network.

16.1.5 Coordinación con otros departamentos del Gobierno

- Muchos de los ámbitos en los que trabaja el Gobierno de Navarra tienen integrada la internacionalización en su actividad. Es el caso del Turismo, la Educación, la Innovación o los Derechos Sociales.
- En el marco de este plan se trabajará para buscar sinergias con otras unidades dentro de las acciones desarrolladas en el marco del presente plan. Esto será aplicable, por ejemplo, en el caso de los proyectos sectoriales (acción 5.3.) que tengan interconexiones con las políticas de otros departamentos o con las acciones de diplomacia comercial que puedan ser un recurso útil para otras áreas de la administración.

16.1.6 Imagen exterior de Navarra

- Promoción unificada de la imagen exterior de Navarra de manera que se cree una cierta imagen de marca que acompañe a las empresas navarras que salen al exterior.
- En una primera fase se llevarán a cabo los siguientes trabajos:
 - Realización de estudios de posicionamiento de la imagen de Navarra en el exterior para los sectores estratégicos.
 - Sesiones de sensibilización y participación a nivel interno con agentes de Navarra y personas expertas en temas de imagen de marca.

16.2 EJE 2. INFORMACIÓN E INTELIGENCIA COMPETITIVA

16.2.1 Información sobre tendencias, prospectiva y oportunidades

- En un mundo cambiante, con abundancia de información no depurada, el acceder a conocimiento relevante es una variable crítica para mejorar la competitividad de las empresas.
- Desde el Servicio de Proyección Internacional del Gobierno de Navarra se están estableciendo alianzas y colaboraciones con instituciones, consultoras y profesionales para acercar a

las empresas navarras esta información que se publica en forma de oportunidades comerciales, informes, noticias o píldoras de vídeos.

16.2.2 Comunidad de empresas exportadoras

- La Comunidad de Empresas Exportadoras es una plataforma que se va a poner en marcha para generar una conexión entre las empresas exportadoras y sus profesionales de manera que puedan compartir experiencias sobre mercados, modelos de actuación, agentes existentes o mecanismos de implantación.

16.3 EJE 3. INTERNACIONALIZACIÓN DIGITAL

16.3.1 NAEX Digital

- Programa integral de apoyo a la estrategia digital de internacionalización para PYMES navarras. Las empresas participantes recibirán asesoramiento y apoyo en 4 fases:
 - Fase 1: Análisis, diagnóstico de la situación de la empresa de cara a la implementación de una estrategia de internacionalización digital.
 - Fase 2: Diseño de un plan digital de internacionalización.
 - Fase 3: Implementación del plan digital de internacionalización.
 - Fase 4: Evaluación de los resultados.

16.4 EJE 4. TALENTO

16.4.1 Formación a profesionales

- En un entorno cambiante e inestable como el actual es de vital importancia la formación de profesionales que aporten valor en los procesos de internacionalización de las empresas. Las personas que trabajan en la internacionalización de las empresas necesitan estar al día sobre las oportunidades de mercado, la actualidad sobre los mercados en los que están trabajando o los conocimientos técnicos necesarios para una internacionalización innovadoras de las pymes.
- En este contexto Gobierno de Navarra programará sesiones y webinarios temáticos sobre habilidades relacionadas con la internacionalización, mercados o sectores.

16.4.2 Navarra Talent

- Plataforma para poner en contacto a empresas y profesionales de todo el mundo con el objetivo último de atraer talento a las empresas navarras.
- Personas de todo el mundo podrán registrarse en esta herramienta, acceder a ofertas de empleo, introducir su currículum y estar al día de la información relevante de los sectores estratégicos de Navarra.
- Por su parte, las empresas podrán contar con un perfil desde el que darse a conocer entre las personas que forman parte de la plataforma y publicar sus ofertas de empleo.

16.4.3 Subvención a contratación de personal en comercio exterior

- Subvención para fomentar la contratación de personas que realicen labores técnicas de comercio exterior, con la finalidad de desarrollar la capacidad de internacionalización de

las pequeñas y medianas empresas navarras e incrementar así sus exportaciones y, como consecuencia, el número de pymes navarras exportadoras regulares.

- Se financia la contratación a jornada completa durante un año de una persona no relacionada previamente con la empresa. Las labores de dicha persona estarán relacionadas con la ejecución de un plan de internacionalización.

16.4.4 Plan de captación de talento internacional

- Está previsto que las dificultades para incorporar personal de perfiles de alto nivel a las empresas sean cada vez mayores. Por ello, en el marco del presente PIN se va a elaborar un Plan de Captación de Talento Internacional que defina la estrategia a seguir de cara a atraer a Navarra esos perfiles de difícil cobertura.

16.5 EJE 5. MECANISMOS DE INTERNACIONALIZACIÓN

16.5A INICIACIÓN A LA EXPORTACIÓN

16.5.1 Programa de autodiagnóstico

- Actualmente, sólo el 4% de las empresas navarras vende en el exterior, a pesar de que muchas tienen potencial para hacerlo. El programa de Autodiagnóstico busca ayudar a estas empresas que nunca han exportado o que tienen un proyecto incipiente de internacionalización valorando sus posibilidades en el mercado internacional.
- A través de sesiones tutorizadas se busca detectar los puntos fuertes y débiles de la empresa de cara a iniciar un proceso de internacionalización, así como dar recomendaciones sobre pasos a seguir para empezar la internacionalización o continuarla con mayores garantías de éxito.
- La participación en el programa consiste en una sesión de autodiagnóstico grupal (2 horas) y en reuniones posteriores individuales para análisis del resultado obtenido y recomendaciones.

16.5.2 Programa GEX (Grupos de Exportación Conjunta)

- El programa GEX busca la agrupación de empresas para que, de manera conjunta, accedan a oportunidades de negocio en nichos detectados en el mercado internacional. De esta manera, trabajando de manera conjunta, resulta más fácil para las empresas abordar la internacionalización en condiciones competitivas, sostenibles y rentables.
- La metodología que se sigue en este programa es la siguiente:
 - 1) Detección de nichos de mercado que sean adecuados para las empresas navarras
 - 2) Localización de las empresas potencialmente candidatas
 - 3) Selección de las empresas: tienen que estar quienes deben, quieren y pueden
 - 4) Primer taller de encuentro
 - 5) Inicio del proceso de creación de la agrupación
 - 6) Comienzo de la acción exterior del nuevo grupo de exportación

16.5.3 Asesoramiento en mercados prioritarios

- Desde Gobierno de Navarra se ofrecerá un servicio de consultas gratuito sobre algunos de los mercados recogidos como prioritarios en el Plan Internacional de Navarra.

- Se trata de atender consultas genéricas o que surgen en fases iniciales y que pueden ser solventadas por las personas expertas que colaboran con el Plan desde origen. Para consultas o servicios más especializados, este servicio se completa con la acción 3. 1 NAEX Destino.

16.5.4 Programa de mentoría

- El programa de mentoría, realizado en colaboración con Cámara Navarra pone a disposición de las empresas navarras la experiencia de personas con extensa trayectoria profesional internacional que participan en el programa de manera altruista.
- El proceso de mentorización podrá durar un máximo de 6 meses, en el transcurso de los cuales se mantendrán entre 4 y 6 reuniones. La primera reunión será de presentación y toma de contacto y en ella se recomienda fijar un calendario para el resto de reuniones.

16.5.5 Programa de Gestores y Gestoras de Exportación

- El programa de Gestores y Gestoras de Exportación surge para abordar una de las principales problemáticas de las empresas que abordan procesos de internacionalización: la carencia de personal con experiencia en comercio internacional.
- El programa consta de dos fases:
 - a) Programa formativo “Gestores y gestoras de exportación” para personas con título de grado o FP 2. Contenido especializado sobre estrategia y operativa de internacionalización en origen y en mercado de destino. Título propio de la UPNA
 - b) Subvención a empresas navarras para la contratación de las personas formadas.

16.5.6 Subvención Promoción Exterior (complementaria a ICEX Next)

- Subvención para iniciar y acelerar el proceso exportador de las pymes navarras aceptadas en el programa ICEXNext del Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX). Serán subvencionables los gastos siguientes:
 - Gastos de prospección y estudios avanzados en mercado internacionales
 - Gastos de promoción internacional
 - Gastos de desarrollo de la red comercial en el exterior

16.5.7 Subvención a la Internacionalización Agrupada

- Subvención para acciones que potencien la cooperación y la agrupación entre empresas navarras con el fin de conseguir la penetración comercial conjunta en un mercado exterior, implementar mejoras en el proceso de negocio conjunto y facilitar la internacionalización conjunta de empresas mediante proyectos

5B. EXPANSIÓN Y CONSOLIDACIÓN

16.5.8 NAEXDestino. Servicios de apoyo personalizado en destino

- Programa que ofrece a las empresas navarras servicios especializados y personalizados prestados desde destino, para facilitar su internacionalización. La pandemia ha dificultado de una manera decisiva trabajos de prospección de mercado, promoción en destino o búsqueda de canales de distribución, importadoras y clientes potenciales. Es necesario que las pymes cuenten con apoyo en destino, prestado por profesionales que conozcan el mercado de primera mano.

16.5.9 Creación de redes de colaboración y apoyo en destino

- Creación de redes en destino impulsadas en colaboración por todos los agentes de la internacionalización de Navarra. El objetivo es contar con contactos clave en los mercados objetivo que de manera puntual puedan ofrecer ayuda a empresas navarras.

16.5.10 Proyectos de promoción sectoriales S3

- Gobierno de Navarra definirá anualmente un calendario de proyectos de promoción internacional para los sectores de la S3 (agroindustria, energía renovable, automoción, industrias creativas y digitales y salud). Los proyectos se diseñarán en colaboración con los clústeres y con otros agentes con representatividad en los sectores de la Estrategia de Especialización Inteligente de Navarra.

16.5.11 Subvenciones a la incorporación de talento en destino

- Subvención para fomentar la contratación de personas que realicen labores técnicas de comercio exterior en delegaciones en el exterior de empresas navarras. Se financia la contratación a jornada completa durante un año de una persona no relacionada previamente con la empresa. Las labores de dicha persona estarán relacionadas con la ejecución de un plan de internacionalización.

16.5.12 Innoexport. Innovación en los procesos de internacionalización

- Subvención para fomentar la contratación de personas que realicen labores técnicas de comercio exterior en delegaciones en el exterior de empresas navarras. Se financia la contratación a jornada completa durante un año de una persona no relacionada previamente con la empresa. Las labores de dicha persona estarán relacionadas con la ejecución de un plan de internacionalización.

17 PAÍS VASCO

La Agencia Vasca para la Internacionalización/Basque Trade & Investment (BasqueTrade), es la sociedad pública del Departamento de Desarrollo Económico, Sostenibilidad y Medio Ambiente del Gobierno Vasco para la internacionalización empresarial. BasqueTrade es el resultado de la fusión de los servicios internacionales de la Sociedad Pública de Reconversión Industrial y de la Dirección de Internacionalización del departamento de Desarrollo Económico, Sostenibilidad y Medio Ambiente del Gobierno Vasco y su creación tiene como objetivo la fusión de todos los servicios dentro de una misma organización.

BasqueTrade forma parte y está integrado en el Grupo SPRI, cuenta con más de 30 profesionales en Bilbao, así como otros 20 profesionales en las 16 oficinas de su red exterior, a las que suma una amplia red de consultores. BasqueTrade ofrece una nueva cartera de servicios adaptada a las necesidades de empresa y segmentada por perfiles de empresa. Un nuevo modelo que combina capacidades propias y de agentes colaboradores.

En resumen, BasqueTrade es el instrumento Principal de Gobierno Vasco que integra todas las capacidades de servicios de internacionalización, centrado en un nuevo modelo de negocio, basado en

atención segmentada a empresas, que combina conocimiento sectorial (técnicos sectoriales) y geográfico (red exterior) y orientado a resultados, mediante una mayor especialización y proximidad, ofreciendo un portafolio de servicios en respuesta a necesidades empresariales

17.1 Servicios empresariales

Basque Trade presenta un modelo de atención a empresas que combina el conocimiento geográfico con el sectorial, favoreciendo la cercanía y la proactividad a las empresas.

17.2 Asesores sectoriales BasqueTrade*

- Automoción y transformación metálica.
- Energía y Medio Ambiente.
- Fabricación avanzada y Aeronáutica. Ferroviaria y Movilidad.
- Biociencias y Territorios de oportunidad (alimentación).

* Este modelo se reforzará en 2021 con un técnico especialista en digitalización. Asimismo, se incorporará un técnico en economía circular, pasando el de energía a denominarse “de transición energética”

17.3 Principales funciones de los técnicos de servicios empresariales

- Acompañamiento en todo el proceso de internacionalización.
- Centralizar todas las necesidades de la empresa con BasqueTrade.
- Soluciones a la medida de las necesidades de la empresa.
- Acceso a información de inteligencia competitiva e informes de mercado.
- Gestión y difusión de oportunidades de negocio.

17.4 Red internacional

- La Red Internacional responde a las necesidades de las empresas con mayor especialización y calidad de servicio, cuenta con 16 oficinas internacionales y 90 países cubiertos por consultores.



17.5 Portfolio Basque Trade

- BasqueTrade ofrece un servicio de asesoramiento estratégico y operacional a la internacionalización adaptado a la realidad de cada empresa en función del:
 - Estado de internacionalización.
 - Sector de actividad.
- En función del grado de internacionalización se ofrecen diferentes servicios:
 - Servicios de orientación a la internacionalización
 - Servicios para el comienzo del proceso de Internacionalización
 - Servicios para la ampliación de mercados, penetración y diversificación

17.6 Portfolio de servicios y programas:

- **Talento**
 - Búsqueda y preselección de Talento en destino
 - Capacitación empresarial
 - Programas Formación y Movilidad Internacional
- **Financiación**
 - Ayudas a implantaciones en el exterior

— Canal Financiación

- **Inteligencia Competitiva**

- Sistema de inteligencia internacional
- Sistema de inteligencia sectorial
- Vigilancia competitiva en sectores estratégicos
- Identificación y valoración de oportunidades de negocio
- Acuerdos de cooperación bilaterales

- **Inversión Pública**

- Identificación de oportunidades ligadas a inversiones públicas
- Plataforma de licitaciones y asesoramiento técnico en el ámbito multilateral
- Subvenciones para proyectos piloto internacionales de inversión

- **Programa de Promoción Internacional**

- Jornadas y eventos
- Participación en ferias
- Misiones comerciales
- Study trips y opportunity trips

- **Programas de ayuda**

- Zabaldu
- Sakondu
- Elkartu
- Pilotu
- *Gauzatu* Internacional

17.7 Servicios de orientación a la internacionalización

PROGRAMA IBE (100% subvencionado): Pone a disposición de las empresas un técnico experto en internacionalización para realizar un diagnóstico de las capacidades de la empresa con el objetivo de dar comienzo al proceso de internacionalización.

1) Diagnósticos de potencial de internacionalización

- Diagnostico potencial de Internacionalización
 - Valoración inicial del potencial de los productos y servicios ofertados por la empresa en los mercados potenciales que se elijan
 - Definición de las fortalezas y debilidades de las organizaciones de manera que se pueda plantear una estrategia y unas tácticas acordes
- Itinerario y tutorización de la iniciación
 - Elaboración de una hoja de ruta con plan de acción interno y externo a un año vista para estructurar la actividad internacional

2) Diagnósticos digitales

- Diagnóstico de su situación y capacidades digitales
 - Diagnóstico del grado de digitalización a nivel comercial. Análisis de los 4 vértices:
 - Herramientas de gestión comercial
 - Catálogo on line y web (posicionamiento);
 - Herramientas de promoción y venta.
 - Marketing Digital y Marketing Inbound.
- Emisión de propuestas de mejora y elaboración del plan de acción digital.
- Apoyo en la implementación del plan y seguimiento del mismo.

17.8 Servicios para el comienzo del proceso de Internacionalización

- **PROGRAMA PROFEX: pone a disposición de la empresa participante un promotor a tiempo parcial (PETP).**

- **¿Qué se ofrece a la empresa?**
 - **Promotor compartido por cada grupo de tres empresas que obligatoriamente no deben de ser competidoras y preferiblemente presentar sinergias por sector y/o mercado.**
 - **Elaboración y cumplimiento al Plan comercial.**
 - **Compromiso de permanencia 18 meses.**
 - **Código de Conducta.**
 - **Compromiso de Confidencialidad.**
- Soporte administrativo del proyecto a través de las siguientes funciones
 - Gestión operativa del proyecto.
 - Selección de empresas participantes y formación de los grupos
 - Selección de promotores formación y asignación a los grupos en función de sus preferencias.
 - Apoyo en la elaboración del Plan comercial Internacional
 - Apoyo a empresas y promotores durante el proyecto
 - Hacer efectivo el apoyo económico a las empresas
 - Evaluación y seguimiento del programa
 - Compromiso de confidencialidad
- Costes : Gobierno Vasco. Dotación: 350 €/mes por empresa adherida.
- Empresa: Coste mensual: 400€/mes.
- **¿Qué obligaciones tiene la empresa?**
 - Dotar de medios suficientes al técnico para el buen desempeño de sus funciones
 - Firmar un contrato mercantil con el técnico y satisfacer mensualmente su remuneración
 - Dar seguimiento al plan comercial

- Sufragar los gastos de desplazamiento del técnico devengados en el desarrollo natural de su labor comercial
- Mantener reuniones de seguimiento y evaluación
- Compromiso de permanencia de 18 meses



17.9 Servicios para la ampliación de mercados, penetración y diversificación

- **Asesoramiento personalizado, ofreciendo soluciones flexibles y a medida de la empresa vasca, tanto a nivel estratégico como operativo.**
- **Acción Comercial**
 - Identificación de potenciales clientes
 - Agenda de reuniones virtuales (acompañamiento) o presenciales entre las partes interesadas
 - Búsqueda e identificación de potenciales agentes comerciales o distribuidores
 - Presentación y seguimiento comercial de agentes y distribuidores
- **Compras**
 - Identificación de Proveedores / Informes Comerciales...
 - Asesoramiento y seguimiento en campo de procesos de compra
- **Colaboración y M&A**
 - Identificación de socios comerciales
 - Búsqueda de aliados, socios o empresas
 - Agendas con potenciales socios
- **Propiedad intelectual (marcas, patentes, homologaciones...)**
 - Estudio de factibilidad de registro

- Apoyo en el proceso de registro de marca
- Apoyo en el proceso de homologación y certificación en clientes
- Gobernanza de la cadena de Valor:
 - Apoyo institucional de más alto nivel
 - Contactos y gestiones ante entidades públicas y privadas
 - Programa de visitas a organismos relevantes

17.10 Portfolio Basque Trade > Talento

- **Asesoramiento**
 - Búsqueda y preselección de Talento en destino
 - Capacitación empresarial
 - Gestión Internacional de Recursos Humanos
 - Marketing digital
- Talleres de formación en internacionalización

17.11 Programas de formación y movilidad internacional

- BECAS BEINT 125 becas
 - Programa con más de 30 años de trayectoria dirigido a especializar en materia de internacionalización empresarial a jóvenes titulados universitarios de amplio espectro, para consolidar en EUSKADI una cantera de talento.
 - Requisitos beneficiarios:
 - Titulación grado superior universitario (>80% suelen ser ADE / Ingenierías / Derecho / Relaciones internacionales).
 - Hasta 31 años edad (excepcionalmente en convocatoria 21 por no convocatoria 20).
 - 1 año residencia acreditada en CAPV
 - Proceso selectivo:
 - Mérito: Grado superior universitario, Masters, experiencia profesional previa.
 - Capacidad: conocimiento Inglés, 2º idioma extranjero / euskera, 2 psicotécnicos, cultura socioeconómica, entrevista.
 - Selección de destino exterior en base a ranking.
 - Itinerario formativo y entidades colaboradoras. Fase 1: 4/5 meses formación universitaria preparación salida al exterior (60 créditos ECTS).
 - Euskal Herriko Unibertsitatea- Universidad del País Vasco
 - Mondragon Unibertsitatea
 - Deustuko Unibertsitatea- Universidad de Deusto

- Fase 2: 12 meses en oficina de promoción pública realizando servicios para empresas.
 - Fase 3: 8 meses de práctica en empresa implantada en el exterior (preferentemente vasca)
 - Implantación exterior
 - Tutor asignado
 - Plan formativo
 - Facilitación visado y 1 viaje ida/vuelta
 - Alumni: los exbecarios BEINT que hayan cumplido el programa a satisfacción tienen la opción de formar parte del ALUMNI del programa que a partir de 2021 ofertará diversos servicios soportados en una plataforma administrada por BASQUETRADE.
 - Dotaciones: calculadas según destino cubren las necesidades de transporte, alojamiento, manutención, seguros.
- **BECAS GLOBAL TRAINING 500 becas:** Programa para fomentar experiencias profesionales en entornos internacionales (empresas e instituciones) a jóvenes titulados universitarios y de grados superiores de FP de todo tipo de especialidades. Programa de movilidad internacional.
- Requisitos beneficiarios:
 - Titulación grado superior universitario y de grados superiores de FP.
 - Hasta 31 años edad (excepcionalmente en convocatoria 21 por no convocatoria 20).
 - 1 año residencia acreditada en CAPV
 - Arquitectura de gestión y entidades colaboradora.
 - *Proceso selectivo entidades:* concurso en base a calidad de la oferta de plazas conveniadas con empresas y entidades
 - *Proceso selectivo becarios:* cumplimiento requisitos, doble entrevista y asignación destino.
 - Duración
 - 40 horas formación preparación salida
 - Mínimo 6 meses a cargo SPRI/BTI
 - Extensión hasta máximo 1 año a cargo de entidad / empresa colaboradora.
 - Dotaciones
 - Dotación igual para todos los destinos / alta en SS
 - Cobertura de seguro médico
 - Destinos
 - Última convocatoria (2019): 5 continentes / 56 países / 265 empresas y entidades diferentes (Ayuntamientos / Cámaras comercio / Museos / Universidades.

- Empresas multinacionales (Amadeus, Harvard Medical School, Microsoft, ...) / Institutos tecnológicos (Neutron Scattering Institute, Uppsala / The Institute of Cancer Research, UK...) / Empresas vascas (CAF / Fagor Arrasate, Haizea Wind / ONA / Tecnalia / Transbiaga...) Organismos (ONU / PNUD mujeres.).

17.12 Portfolio Basque Trade > Financiación

- Ventanilla que recoge y canaliza las necesidades de financiación para impulsar la internacionalización
 - Instrumento financiero de 100 millones para empresas vascas en economías emergentes: 100 millones disponibles / Para PYMEs y no PYMEs / Hasta el 100% de financiación
 - Financiación de OPEX y CAPEX para: creación de nueva empresa en el exterior / ampliación de las instalaciones existentes en el exterior / Adquisición de una empresa en el exterior / Implantación comercial en el exterior.
 - Adicionalidad respecto del mercado a la hora de ofrecer flexibilidad y versatilidad en financiación alternativa a la del mercado
 - Adaptada a las necesidades específicas del promotor y del proyecto.
 - Plazos amplios de vencimiento y carencia.
 - Con carácter general entre un mínimo de 3 y un máximo de 10 años.
 - Para implantaciones comerciales el plazo máximo de amortización son 3 años.
 - Cobertura de hasta el 100% de la inversión
 - Posibilidad de conceder el préstamo directamente a la filial operativa
 - Permite diversificar fuentes de financiación
 - Apoyo institucional a la inversión
 - No consume CIRBE.
 - En línea con precios de mercado
 - Importes alrededor de entre 75.000 y 40.000.000 de euros.

17.13 Portfolio Basque Trade > Inteligencia competitiva

- Inteligencia de mercado. Sistema avanzado de inteligencia competitiva para identificar los retos y oportunidades para la empresa vasca.
 - Sistema de Inteligencia internacional
 - Observatorio internacional: Sistema de inteligencia y alerta sobre acontecimientos internacionales de relevancia con el objeto de ofrecer a las empresas información estratégica.
 - Informes de inteligencia
 - Notas de mercado / país / técnicas / comerciales
 - Informes sobre riesgo país
 - Informes comerciales (arancelarios, normativos, regulatorios...)
 - Servicios de consultas de información (sector, cliente, competidor, proyecto...)
 - Vigilancia competitiva: monitorización de la evolución de determinados países / sectores, tendencias, movimientos empresariales...

- Inteligencia sectorial
 - Informes sectoriales/país
 - Notas técnicas y sectoriales
 - Informes específicos: sector, producto
 - Informes comerciales: importadores, volúmenes...
- Vigilancia sectorial
 - Observatorios trimestrales
 - Sistema de vigilancia ad hoc
 - Tendencias y sectores de oportunidad

17.14 Portfolio Basque Trade > Inversión pública

- Identificación y difusión de oportunidades de negocio, tanto de ámbito privado como derivadas de inversión pública en el exterior (multilateral, bilateral y nacional) y favorecer el acceso y posicionamiento de las empresas vascas a estas.
- **Sistema de gestión de oportunidades de negocio**
 - Sistema de gestión integral de oportunidades de negocio para las empresas vascas
 - Fomento relaciones BasqueTrade con organismos internacionales
- **Catálogos sectoriales de la industria vasca**
 - Catálogo de venta digital que pretende de servir como tarjeta de presentación de los sectores y las empresas vascas en el exterior.
- **Plataforma de licitaciones internacionales**
 - Acercar las oportunidades de licitaciones públicas internacionales a la empresa
 - Identificación, priorización y difusión de convocatorias de interés en base a las capacidades e intereses de las empresas vascas
 - Acceso a clientes y prescriptores en el ámbito de la inversión pública
 - Gestión de la marca país
- **Acompañamiento end-to-end a empresas vascas**
 - Acompañamiento end-to-end a las empresas vascas en estas oportunidades, favoreciendo la creación consorcios y el acceso a clientes y prescriptores
 - Programa de capacitación en licitaciones internacionales
 - Apoyo a la formación de consorcios para acudir a proyectos
 - Asesoramiento en la elaboración de documentación, etc.

17.15 Portfolio Basque Trade > Programa de promoción internacional

- Debido a la pandemia del COVID19, el plan de actividad promocional 2020 de la agencia se ha visto afectado. La imposibilidad de viajar ha penalizado la actividad “tradicional” prevista: jornadas, misiones, ferias. Pero, se ha reaccionado a tiempo con el desarrollo de una

nueva plataforma online y el diseño de 35 nuevos eventos posicionando a las empresas ante nuevas.

- Próxima publicación del plan de eventos, asistencia a ferias, misiones y jornadas para 2021.

17.16 Portfolio Basque Trade > Programa de ayudas

- Promoción de la internacionalización de empresas
 - ZABALDU
 - SAKONDU
- Promoción de la internacionalización en cooperación
 - ELKARTU
- Financiación de inversiones internacionales de empresas
 - GAUZATU Internacional
- Generación de talento internacional
 - Becas BEINT
 - Becas GLOBAL TRAINING
- Financiación de proyectos piloto
 - PILOTU

ZABALDU:

Programa dirigido a PYMEs (sin restricción de tamaño), en un estadio de internacionalización incipiente o de consolidación de mercados, con una facturación exterior inferior al 50%

1) Instrumento

- Subvención a fondo perdido de proyectos de promoción de la Internacionalización empresarial que contengan gastos corrientes en materia de consultoría operativa o estratégica y otros gastos de promoción y adecuación de las empresas para superar barreras de acceso a mercados exteriores.

2) Vinculación con servicios RED

- En aquellos destinos donde la RED exterior de BasqueTrade oferte los servicios de consultoría demandados, el apoyo se prestará preferentemente en forma de servicio. En los casos de indisponibilidad justificada, el programa Zabaldu ofertará el apoyo por los gastos incurridos.

3) Acciones soportadas y gastos atendidos

- El alcance temporal de las acciones admitidas es el año natural completo
- Se admitirán hasta 3 solicitudes. La 1ª soportada en un Plan de Internacionalización. 2ª y 3ª solicitudes para atender oportunidades sobrevenidas
- Gastos apoyables (con límites por acción que oscilan entre 800 € y 20.000€):
 - Consultoría estratégica

- Consultoría operacional
- Asistencias y participaciones en ferias en formato presencial y bajo nuevos formatos virtuales
- Viajes e invitaciones a potenciales clientes
- Gastos de promoción y gastos vinculados con la captación de talento destinado a la operativa internacional
- Gastos asociados a la propiedad industrial y homologaciones
 - Gastos de preparación de implantaciones

4) Límites de la subvención

- 50% gastos aprobados y 45.000 € por empresa
- 2ª y 3ª solicitud: % resultante de la valoración en la 1ª se aplica sobre gastos aprobados (tope 2 acciones).

5) Valoración de solicitudes

- 5 criterios:
 - Calidad Plan de Internacionalización
 - Alineamiento países PIE
 - Generación valor (empleo)
 - RSC
 - Cooperación
- Necesario superar 50P
- Límite máximo s/ gasto aprobado: 40-50% en función de puntuación
- Requisitos:
 - Disponer de Plan de Internacionalización
 - Sujeto a norma UE "mínimis"

6) Pagos

- 25% momento concesión
- 75% justificación

SAKONDU

Promoción de la internacionalización de empresas. Programa de ayudas dirigido a empresas exportadoras regulares, con una exportación exterior superior al 50% del total, para fomentar la mejora de posición competitiva en mercados con valores inferiores al 25%.

1) Instrumento

Subvención a fondo perdido de proyectos de promoción de la internacionalización empresarial que contengan gastos corrientes en materia de consultoría operativa o estratégica y otros gastos de promoción y adecuación de las empresas para acometer la diversificación de mercados.

2) Vinculación con servicios RED

En aquellos destinos donde la RED exterior de BasqueTrade oferte los servicios de consultoría demandados, el apoyo se prestará preferentemente en forma de servicio. En los casos de indisponibilidad justificada, el programa Sakondu ofertará el apoyo por los gastos incurridos.

3) Acciones soportadas y gastos atendidos

- El alcance temporal de las acciones admitidas es el año natural completo
- Se admitirá una única solicitud con dos destinos como máximo y soportada en un Plan de Internacionalización.
- Gastos apoyables en países / mercados con facturación <25% (con límites por acción):
 - Consultoría estratégica
 - Consultoría operacional
 - Asistencias y participaciones en ferias formato presencial y bajo nuevos formatos virtuales (en cualquier mercado)
 - Viajes e invitaciones a potenciales clientes
 - Gastos de promoción y gastos vinculados con la captación de talento destinado a la
 - operativa internacional
 - Gastos asociados a la propiedad industrial y homologaciones
 - Gastos de preparación de implantaciones

4) Límites de la subvención

50% gastos aprobados y 45.000 € por empresa

5) Valoración de solicitudes

- 4 criterios:
 - Calidad PLAN Internacionalización
 - Cooperación
 - Generación valor (empleo)
 - RSC
- Necesario superar 50P
 - Límite máximo s/ gasto aprobado: 40 – 50% en función de puntuación

6) Requisitos

Disponer de Plan de Internacionalización. Sujeción a norma UE" mínimis"

7) Pagos

- 25% momento concesión
- 75% justificación

ELKARTU

Promoción de la internacionalización en cooperación. Elkartu apoya a las asociaciones empresariales y a los grupos de cooperación empresarial; consorcios de exportación, grupos de venta o cualquier otra figura que tenga el compromiso de actuar conjuntamente en mercados exteriores.

1) Instrumento

Subvención a fondo perdido de proyectos de promoción de la Internacionalización empresarial que contengan gastos corrientes en materia de consultoría operativa o estratégica y otros gastos de promoción y adecuación de las empresas para superar barreras de acceso a mercados exteriores.

2) Vinculación con servicios RED

En aquellos destinos donde la RED exterior de BasqueTrade oferte los servicios de consultoría demandados, el apoyo se prestará preferentemente en forma de servicio. En los casos de indisponibilidad justificada, el programa Elkartu ofertará el apoyo por los gastos incurridos.

3) Acciones soportadas y gastos atendidos

- Gastos de constitución del grupo de cooperación empresarial (de generación del grupo)
- Gastos de dinamización y coordinación del grupo de cooperación (personal)
- Gastos de constitución (asesoramientos, jurídico, fiscal, financiero...)
- Gastos de estructura (para captación de personal y salario del gerente del consorcio...)
- Gastos de asesoría externa para desarrollo del Plan de Internacionalización del grupo
 - Otros gastos de consultoría y de promoción
 - Consultoría estratégica
 - Consultoría operacional
 - Asistencia y participaciones en ferias en formato presencial y bajo nuevos formatos virtuales
 - Viajes e invitaciones a potenciales clientes
 - Gastos de promoción y gastos vinculados con la captación de talento destinado a la operativa internacional

4) Límites de la subvención

- 45.000 € por solicitud / 15.000 € por empresa participante (en grupos empresariales) / 20.000 € para la empresa tractora
- Se valora el compromiso con la Agenda 2030

5) Requisitos

- Acreditación de la condición de socio en Global Compact o Pacto Mundial, en caso de serlo
- Sujeción a norma UE" mínimis"

PILOTU

Financiación de Proyectos Piloto. Programa orientado a facilitar la participación de empresas vascas en la realización de proyectos piloto de inversión pública internacional, con carácter innovador y demostrador, para favorecer su reputación y de ese modo la penetración de empresas en dichos mercados.

1) Instrumento

Subvención a fondo perdido de los gastos para puesta en marcha de proyectos, habitualmente, de desarrollo urbano

2) Beneficiarios

PYMEs que participen en el diseño y desarrollo de proyectos de inversión pública internacional e innovadora con la condición de que sean socialmente rentables y sostenibles

3) Acciones soportadas y gastos atendidos

- El contexto donde ha surgido esta necesidad de apoyo a las empresas vascas es el de aquellas municipalidades, agencias de desarrollo y otras figuras de carácter internacional que desean testar un proyecto innovador que garantice su funcionamiento antes de elevarlo a licitación internacional, procesos en los que las pymes vascas podrán acceder con mejores expectativas y con una experiencia que minimice riesgos.

Los conceptos que se consideran objeto de la subvención son aquellos relacionados con el diseño del proyecto, la implementación del mismo y la obtención y el análisis de los resultados de cara a su eventual replicabilidad en proyectos de mayor volumen a partir de la experiencia obtenida en el piloto

- Costes directos de personal / materiales / suministros / asesoramientos externos / viajes

4) Límites de la subvención

- 51% gastos proyecto / 50.000 € máximo /// 49% gastos proyecto asumidos por institución internacional que implanta el piloto
- El importe total del proyecto no podrá superar los 250.000 euros.

5) Requisitos

- Disponer de PLAN de Internacionalización
- Sujeción a norma UE "mínimis"
- Contar con un acuerdo de organismo público internacional con competencias para desarrollar el proyecto.

6) Valoración de solicitudes

- 5 criterios:
 - Calidad Plan de Internacionalización
 - Complejidad proyecto
 - Replicabilidad del proyecto

- RSC
- Cooperación
- Necesario superar 50P
- Límite máximo s/ gasto aprobado: 70 – 100% en función de puntuación

GAUZATU INTERNACIONAL

Financiación de inversiones internacionales de empresas. Programa dirigido a PYMEs y Grandes empresas, para financiar proyectos de inversión en implantaciones productivas en el exterior y adquisiciones de empresas en el extranjero con toma de participación mayoritaria

1) Instrumento

Préstamo reintegrable / coste financiero 0 / hasta 1.000.000 €

- 3 años para ejecutar la inversión
- 1 año de carencia
- 5 años para devolver el principal en cuotas iguales

2) Beneficiarios

PYMES a las que les será de aplicación el Reglamento (UE)nº651/2014 de la Comisión de 17 de junio de 2014 por el que se declaran determinadas categorías de ayudas compatibles con el mercado interior en aplicación de los artículos 107 y 108 del Tratado Grandes empresas, a las que les será de aplicación el Reglamento (UE)Nº1407/2013 de la Comisión de 18 de diciembre de 2013 relativo a la aplicación de los artículos 107 y 108 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea a las ayudas de minimis.

3) Inversión calificada

- **Conceptos contables:** 203 Propiedad Industrial y Patentes /206 Aplicaciones informáticas / 210 Terrenos y Bienes naturales / 211 Construcciones /212 Instalaciones técnicas /213 Maquinaria / 214 Utillaje /215 Otras instalaciones / 217 Equipos para procesos de información.
- **Cuantías:**
 - Pequeñas empresas: 50% s/inversión aprobada
 - Medianas empresas: 35% s/inversión aprobada
 - Grandes empresas: 25% s/inversión aprobada
- Susceptibles de apoyo inversiones de sustitución de equipamiento o maquinaria, para cambio sustancial en el proceso productivo. Inversión mínima: 120.000 €

4) Exclusiones

- Inversiones en los sectores de construcción, inmobiliario, financiero, seguros de defensa, productos de la pesca y acuicultura y producción agrícola primaria.
- La mera adquisición de las acciones de una empresa no constituirá una inversión tal como se establece en el artículo 17 del Reglamento general de exención nº651/2014 de la Comisión.



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA, COMERCIO
Y TURISMO