

MINISTERIO DE ECONOMÍA, INDUSTRIA Y COMPETITIVIDAD

Estrategia de Internacionalización de la Economía Española

2017-2027

ÍNDICE

I. RESUMEN EJECUTIVO	2
II. ¿POR QUÉ UNA ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACIÓN A DIEZ AÑOS?	5
III. PRINCIPIOS RECTORES.....	8
IV. INTERNACIONALIZACIÓN DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA: ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL. FORTALEZAS Y DEBILIDADES.	10
V. OBJETIVOS Y PRIORIDADES	28
Objetivo general	28
Objetivos específicos	28
Prioridades geográfico-sectoriales	29
VI. EJES PRINCIPALES DE LA ESTRATEGIA	31
VII. ACTUACIONES PROPUESTAS: PLANES DE ACCIÓN BIENALES. EL PLAN 2017-18	33
1. Ofrecer un apoyo a la internacionalización cada vez más adaptado a las necesidades y al perfil de nuestras empresas.....	33
2. Incorporar la innovación, la tecnología, la marca y la digitalización a la internacionalización.	43
3. Desarrollar el capital humano para la internacionalización.....	47
4. Aprovechar mejor las oportunidades de negocio derivadas de la política comercial común y de las instituciones financieras y organismos multilaterales.	52
5. Potenciar la captación y consolidación de la inversión extranjera de alto valor añadido.....	57
6. Reforzar la coordinación y complementariedad de acciones entre todos los actores relevantes en materia de internacionalización.	59
VIII. EJECUCIÓN Y EVALUACIÓN.....	62
ANEXO I: CUADRO DE INDICADORES ASOCIADOS A LOS RETOS DE LA ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACIÓN 2017 - 2027.....	65
ANEXO II: DESCRIPCIÓN DE LOS INSTRUMENTOS DE APOYO A LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA EN EL ÁMBITO DEL MINISTERIO DE ECONOMÍA, INDUSTRIA Y COMPETITIVIDAD (MINEICO)	67
ANEXO III: PARTICIPACIÓN ESPAÑOLA EN LA POLÍTICA COMERCIAL DE LA UNIÓN EUROPEA Y EN LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE COMERCIO	78
ANEXO IV: PARTICIPACIÓN ESPAÑOLA EN LAS INSTITUCIONES MULTILATERALES	84
ANEXO V: APORTACIONES DE OTROS CENTROS DIRECTIVOS DEL MINEICO Y DE OTROS MINISTERIOS	92
ANEXO VI: PLANES DE ACTUACIÓN EN MATERIA DE INTERNACIONALIZACIÓN EN EL ÁMBITO DE LA ADMINISTRACIÓN GENERAL DEL ESTADO	119
ANEXO VII: CUADRO DE INDICADORES DEL PLAN DE ACCIÓN 2017-2018.....	121

ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA 2017 – 2027

I. RESUMEN EJECUTIVO

Desde el año 2014, el superávit por cuenta corriente de nuestra economía ha venido acompañado de cifras positivas de crecimiento del PIB, algo que no sucedía desde hace más de 25 años. Con el fin de asegurar que la **contribución positiva del sector exterior al crecimiento económico se convierta en un fenómeno estructural** y revierta en la creación de empleo, es necesario contar con una **estrategia a medio y largo plazo** que permita la adecuada articulación de los mecanismos que impulsan la internacionalización de la economía española.

La **Ley 14/2013, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización** contempla un **concepto amplio de internacionalización**, al establecer que las políticas de fomento de la internacionalización son *“el conjunto de las actuaciones que desarrolla el sector público, junto con el sector privado, para facilitar y reforzar la dimensión internacional de la economía española y fomentar la presencia exterior de las empresas y de los emprendedores como factores de estabilidad, crecimiento y generación de empleo”*.

En el marco de esta ley se aprobó el primer **Plan Estratégico de Internacionalización de la Economía Española 2014-2015**¹, cuyo objetivo ha sido la mejora de la competitividad y la maximización de la contribución del sector exterior al crecimiento y a la creación de empleo. Si bien la ley establece el carácter bienal de los planes estratégicos, la experiencia en la elaboración, ejecución y evaluación del primer plan ha puesto de manifiesto la necesidad de contar con un **marco estratégico que permita una planificación a más largo plazo**. Así, finalizado el periodo de gobierno en funciones, el objetivo de la Secretaría de Estado de Comercio es contar con una **estrategia en materia de internacionalización** que sea una **política de Estado**, tal como reclama el sector privado, independiente de la orientación política del gobierno.

La ambición del gobierno en materia de internacionalización se refleja en el contenido de esta estrategia, que abarca una gran amplitud de áreas de actuación y de actores, identificando además una serie de **áreas geográficas y de sectores** con un gran potencial de expansión exterior y efecto arrastre sobre el conjunto de la economía española. Dado que los recursos públicos son limitados, es de vital importancia orientar la actuación pública centrando el esfuerzo en reasignar los medios disponibles con el fin de **maximizar su eficiencia**, prestando apoyo a la empresa en los mercados donde más lo necesita y con los instrumentos de valor añadido que mejor se adapten a

¹ El plan fue **elaborado por el Ministerio de Economía y Competitividad en el marco del Grupo Interministerial de Apoyo a la Internacionalización de la empresa española, con la participación del sector privado y de las Comunidades Autónomas** en el ámbito de sus competencias y en coherencia con los fines y objetivos de la Política Exterior del Gobierno.

sus necesidades. Debemos perseguir los mayores beneficios posibles en términos de crecimiento sostenido en comercio e inversiones y en innovación, productividad y empleo, asociados a dicho crecimiento.

Esta **Estrategia de Internacionalización (2017-2027) a medio plazo** se desarrollará mediante **planes de acción bienales, el primero de ellos 2017-18 incluido en este documento**. Los planes de acción incorporarán un conjunto de **medidas concretas** que el Gobierno busca poner en marcha para apoyar a nuestros exportadores y atraer inversión hacia España.

Tanto la estrategia como los planes se regirán 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**.

La Estrategia de Internacionalización de la Economía Española 2017-27 incluye un análisis de la situación actual 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 y los ejes o líneas de acción prioritarias** para maximizar la contribución del sector exterior al crecimiento y a la creación de empleo. Desde la Secretaría de Estado de Comercio, con el respaldo de otros centros directivos del Ministerio de Economía, Industria y Competitividad y de los principales instrumentos financieros de apoyo a la internacionalización², en el marco del Grupo Interministerial de Apoyo a la Internacionalización, consultadas las Comunidades Autónomas y el sector privado, se han identificado las **siguientes seis áreas de actuación** en las que consideramos que deben centrarse los esfuerzos del sector público en apoyo de la internacionalización:

1. Ofrecer un **apoyo** a la internacionalización cada vez más **adaptado** a las necesidades y al perfil de nuestras empresas.
2. Incorporar la **innovación**, la **tecnología**, la **marca** y la **digitalización** a la internacionalización.
3. Desarrollar el **capital humano** para la internacionalización.
4. Aprovechar mejor las oportunidades de negocio derivadas de la **política comercial común** y de las **instituciones financieras y organismos multilaterales**.
5. Potenciar la captación y consolidación de la **inversión extranjera de alto valor añadido**.
6. Reforzar la **coordinación y complementariedad** de las acciones de todos los actores relevantes en materia de internacionalización.

² CESCE, COFIDES, ICO y FIEM

Asimismo, la estrategia incorpora un ejercicio de evaluación que permita medir los resultados de los sucesivos planes de actuación bienales, que permita realizar un **seguimiento** pormenorizado del cumplimiento de las metas fijadas en la estrategia y en los planes que la desarrollen, así como de su grado de eficiencia y efectividad. Sobre esa base, se implementarán procesos de **evaluación** de impacto y resultados, que serán cada cinco años en el caso de la estrategia y con periodicidad bienal en el caso de los planes.

II. ¿POR QUÉ UNA ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACIÓN A DIEZ AÑOS?

La economía española está viviendo una etapa muy positiva en lo que se refiere a la internacionalización, si bien no podemos arriesgarnos a que el buen comportamiento del sector exterior se limite a los momentos de debilidad de la demanda interna, como en tantas ocasiones ha sucedido: debemos aspirar a que el **sector exterior se convierta en un componente estructural de importancia determinante para el conjunto de la economía para conseguir así mayores ritmos de crecimiento y creación de empleo**. Actualmente, uno de cada cuatro puestos de trabajo en España depende de la actividad internacional de las empresas y debemos trabajar para que esta cifra no solo se mantenga, sino que aumente.

Esta Estrategia de Internacionalización 2017-27, que se irá desarrollando mediante planes estratégicos de acción bienales - el primero de los cuales para el periodo 2017-18 se incluye en este documento -, recoge la aspiración del Gobierno de que las políticas de fomento de la internacionalización, tal como viene reclamando desde hace tiempo el sector privado, sean **política de Estado**, no solo por su carácter transversal e interministerial como política de gobierno, sino también como una política interinstitucional -apoyada por el grueso de las administraciones públicas y con elevado consenso político- independiente de la orientación política del gobierno. Así, la estrategia será remitida a las Cortes y presentada por la Secretaria de Estado de Comercio ante la Comisión correspondiente del Congreso de los Diputados.

El sector exterior se ha configurado como el **motor de salida de las crisis** económicas que España ha superado en las últimas décadas. Su papel para mitigar y superar la grave crisis reciente ha sido, si cabe, aún más importante que en crisis anteriores, corrigiendo así uno de los principales desequilibrios de la economía española y contribuyendo de forma positiva a un crecimiento lastrado por la extrema debilidad de la demanda interna.

Los siguientes datos muestran esta favorable evolución del sector exterior:

- En 2016 la **exportación** española consiguió su **máximo histórico** y el **déficit comercial** ha registrado el segundo mejor saldo de los últimos veinte años.
- Entre 2007 y 2016, el **déficit comercial** español se ha **reducido en 81.000 millones** de euros, fundamentalmente por el aumento de las exportaciones totales (en 69.000 millones) y, en mucha menor medida, por el abaratamiento de la factura energética (en 13.000 millones de euros).
- En los últimos cuatro años, España ha tenido **superávit corriente** y desde 2014 este superávit ha venido acompañado de cifras positivas de crecimiento del PIB, algo que no sucedía desde hace más de 25 años.

- A lo largo de los últimos ocho años la economía española presenta tres cambios considerables en su sector exterior:
 - o ha aumentado su **grado de internacionalización** en casi 8 puntos, pasando las exportaciones de bienes y servicios a representar un porcentaje del PIB del 33% en 2016 (25% en 2008);
 - o un nivel de exportaciones de bienes y servicios un tercio mayor;
 - o una capacidad de financiación del 2,1% del PIB, frente a una necesidad de financiación del 8,8% en 2008.
- Durante este tiempo, España ha sido capaz de mantener su cuota en la exportación de bienes y servicios ligeramente por encima de su peso en el PIB mundial. La **cuota mundial de nuestras exportaciones** de bienes se ha mantenido **estable** desde el año 2000. Este es un hecho muy destacable, pues se ha conseguido a pesar de la fuerte irrupción de China en los mercados internacionales.

Desde la aprobación del Plan de Estabilización en 1959, que inició el proceso de apertura y liberalización comercial de la economía española, ésta ha experimentado una serie de impulsos aperturistas, configurándose el sector exterior como el motor de salida de las crisis económicas que España ha sufrido en el último medio siglo. Así, la adhesión de España a las Comunidades Europeas en 1986, la integración en la Unión Económica y Monetaria en la segunda mitad de la década de los 90 y el proceso de entrada en el euro, y las reformas estructurales y la apertura asociados al mismo, tuvieron como resultado un aumento notable de los flujos comerciales y de capital incidiendo muy positivamente en el crecimiento económico del país.

No obstante, se generó también una serie de desequilibrios que, combinados con la crisis económica y financiera global iniciada en 2007, desencadenaron la crisis más grave sufrida por España en los años recientes. En este marco de crisis, **el sector exterior ha recobrado el protagonismo que había perdido en la última década.**

Por ello, es necesario contar con una **estrategia de medio y largo plazo** que permita la adecuada articulación de los mecanismos impulsores de la internacionalización de la economía española. En el año 2020 concluye la programación presupuestaria de la Unión Europea iniciada en 2014, y el próximo programa presupuestario comunitario abarcará el periodo 2021-2027. Dado que muchos programas a nivel nacional siguen la planificación a siete años de la UE, se ha considerado oportuno hacer esta estrategia a diez años, para de esta forma acompañarla a dicha programación.

Su **base legal** se encuentra en la Ley 14/2013, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización, que establece en sus artículos 50.2 y 51.1 lo siguiente:

“El Gobierno dirige las políticas de fomento de la internacionalización de la empresa y la economía españolas, cuya coordinación corresponde al Ministerio de Economía y Competitividad, sin perjuicio de las competencias que el ordenamiento jurídico otorga a los distintos Ministerios y a las Comunidades Autónomas.”

“La acción del Gobierno en materia de fomento de la internacionalización [...], se plasmará en el Plan Estratégico de Internacionalización de la Economía Española. “

III. PRINCIPIOS RECTORES

Considerando un concepto amplio de internacionalización³, según el cual las políticas de fomento de la internacionalización tienen por objeto facilitar y reforzar la dimensión internacional de la economía española y fomentar la presencia exterior de empresas y de los emprendedores como factores de estabilidad, crecimiento y generación de empleo, esta estrategia y los planes que la desarrollan se rigen por los principios establecidos en la Ley 14/2013, de 27 de septiembre⁴:

- **Coherencia y coordinación** de la acción de las Administraciones Públicas, con particular atención e incidencia en las iniciativas de estímulo a la internacionalización de los emprendedores.
- **Complementariedad** con la actuación del sector privado.

Estos principios se materializan en las siguientes orientaciones para la elaboración y posterior ejecución de esta estrategia:

- **Coordinación de los esfuerzos** de todos los actores implicados en la labor de fomento de la internacionalización de la economía española.

La elaboración de esta estrategia ha sido coordinada desde la Secretaría de Estado de Comercio, con el respaldo de otros centros directivos del Ministerio de Economía, Industria y Competitividad y de los principales instrumentos financieros de apoyo a la internacionalización⁵. En una primera fase, todas las instituciones y organismos con actuaciones en internacionalización adscritos al Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, participaron en la elaboración de un borrador que fue analizado en el marco del Grupo de Trabajo Interministerial de Apoyo a la Internacionalización de la Empresa Española. A través de este grupo, que tiene como objetivo la cooperación estrecha entre el Ministerio de Economía, Industria y Competitividad y todos los departamentos ministeriales con intereses en materia de internacionalización en las áreas de sus competencias, se ha obtenido la participación del resto de departamentos ministeriales en la estrategia, que viene recogida en el anexo V, si bien muchas de las contribuciones realizadas han sido incorporadas al texto.

Con el propósito de conseguir su participación, la estrategia ha sido presentada en el marco del Consejo Interterritorial de Internacionalización, foro de debate e intercambio de información entre el Ministerio de Economía, Industria y Competitividad y las Comunidades Autónomas, en el que participan también algunos de los representantes del sector privado en materia de internacionalización (CEOE y Cámara de España).

³ Recogido en el artículo 50 de la Ley 14/2013, de 27 de septiembre.

⁴ En el artículo 51.3.

⁵ CESCE, COFIDES, ICO y FIEM.

- **Subsidiariedad** de la actuación pública, buscando la **racionalidad y eficiencia** en la asignación de recursos. Es necesario identificar en qué aspectos el potencial del sector privado debería ser complementado por la acción del Gobierno para abordar fallos de mercado, atendiendo así al principio de adicionalidad.

Dado que los recursos públicos son limitados, es de vital importancia orientar la actuación pública centrando el esfuerzo en reasignar los medios disponibles con el fin de **maximizar su eficiencia**, prestando apoyo a la empresa en los mercados donde más lo necesita y con los instrumentos de valor añadido que mejor se adapten a sus necesidades.

- **Participación y colaboración del sector privado en la definición y seguimiento de la Estrategia 2017-27:** en su definición ha participado el sector privado representado, fundamentalmente, por Asociaciones de Exportadores, Organizaciones Empresariales y Cámaras de Comercio en el grupo consultivo ad-hoc constituido en el marco del Plan Estratégico 2014-2015. Asimismo, la estrategia ha sido presentada en el Consejo de Orientación Estratégica del ICEX.
- **Coherencia** con las normas y acuerdos internacionales y mejores prácticas en materia de anticorrupción, medio ambiente y responsabilidad social.
- **Transparencia y evaluación.** La Estrategia de Internacionalización de la Economía Española ha sido aprobada a propuesta del Ministerio de Economía, Industria y Competitividad por el Acuerdo del Consejo de Ministros de 8 de septiembre de 2017, previo informe de la Comisión Delegada del Gobierno para Asuntos Económicos de 27 de julio de 2017.

Como se ha señalado anteriormente, esta estrategia será remitida a las Cortes y presentada por la Secretaria de Estado de Comercio ante la Comisión correspondiente del Congreso de los Diputados.

Asimismo, la estrategia incorpora un ejercicio de evaluación que permita medir los resultados de los sucesivos planes de actuación bienales, que permita realizar un **seguimiento** pormenorizado del cumplimiento de las metas fijadas en la estrategia y en los planes que la desarrollen, así como de su grado de eficiencia y efectividad. Sobre esa base, se implementarán procesos de **evaluación** de impacto y resultados, que serán cada cinco años en el caso de la estrategia y con periodicidad bienal en el caso de los planes.

IV. INTERNACIONALIZACIÓN DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA: ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL. FORTALEZAS Y DEBILIDADES.

El sector exterior desempeña un papel cada vez más relevante, con un incremento de la propensión a exportar de la economía española, aun con la recuperación de la demanda interna, en un contexto de ralentización del comercio mundial...

El inicio de la crisis en nuestro país en el año 2008 marca 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 pasó a ser el principal pilar en el que se sustentó el crecimiento económico en España hasta 2013. En 2014 y 2015, ya con la recuperación, el sector exterior detrajo, respectivamente, 0,5 y 0,1 puntos respectivamente al crecimiento, mientras que en 2016, con la economía creciendo por encima del 3%, el sector exterior volvió a contribuir al crecimiento.

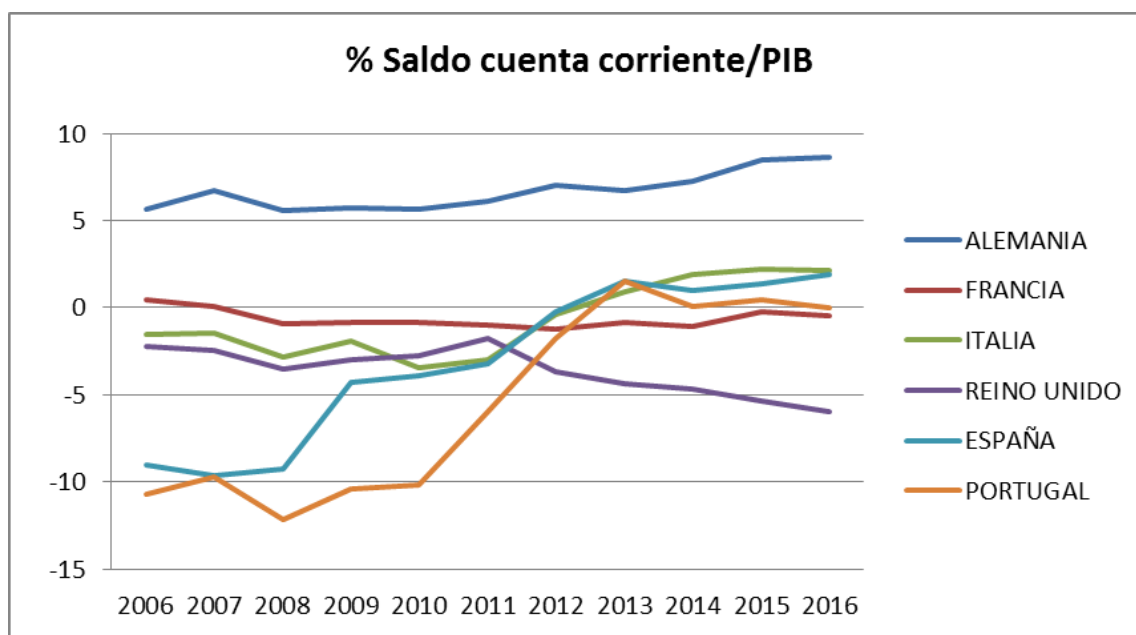
	Tasa de crecimiento real del PIB	Aportación Anual de la Demanda Externa Total	Aportación Anual de la Demanda Externa de Bienes	Aportación Anual de la Demanda Externa de Servicios
2008	1,1	1,6	1,5	0,1
2009	-3,6	2,8	2,9	-0,1
2010	0	0,5	0,1	0,4
2011	-1	2,1	1,5	0,6
2012	-2,9	2,2	1,8	0,4
2013	-1,7	1,5	1,3	0,2
2014	1,4	-0,5	-0,7	0,2
2015	3,2	-0,1	-0,5	0,3
2016	3,2	0,5	0,3	0,2

Esta contribución positiva de la demanda externa al crecimiento se ha apoyado, principalmente, en el dinamismo de las exportaciones, si bien en un primer momento también fue relevante el retroceso de las importaciones, y posteriormente, la de las energéticas, favorecidas por la reducción de los precios de los últimos años. Algunos análisis apuntaban a la posible existencia, en determinados sectores, de un efecto de sustitución de las importaciones por productos nacionales por su mayor competitividad⁶. Dados los últimos datos disponibles, parece que esto fue un efecto más bien temporal, ya que en 2016, con un PIB a precios corrientes similar al de 2008 (aunque un 1,6% inferior en términos reales), las importaciones no energéticas están a

⁶ Según el informe “Análisis económico, situación España” de BBVA Research (Dic 2013), el efecto sustitución propiciado por las ganancias de competitividad precio durante la crisis se ve claramente reforzado por una demanda de importaciones más elástica al precio relativo. En contrapartida, la crisis da lugar a un aumento de la propensión marginal a importar. En su conjunto, el efecto sustitución explica el 42% de la caída de las importaciones entre 2008 y 2012.

un nivel ligeramente superior (241.204 millones en 2016 frente a 225.688 en 2008). Por otra parte, al analizar los factores que han contribuido a la mejora del déficit, es interesante el dato de incremento de las exportaciones no energéticas en términos corrientes entre ambos ejercicios, que fueron superiores en 53.021 millones de euros, frente al de reducción de importaciones energéticas, que disminuyeron en 27.000 millones, apreciándose la mayor contribución de las primeras.

Todo ello se tradujo en que, a partir de julio de 2012, el saldo de la cuenta corriente de la balanza de pagos empezó a registrar saldo positivo. De hecho, España ha tenido 4 años de superávit corriente (desde 2013) y 5 años de capacidad de financiación al exterior (desde 2012), y está previsto que siga esta tendencia en 2017 y 2018. Esta buena evolución del saldo de la cuenta corriente ha permitido corregir en 12 puntos el desequilibrio exterior (España tenía el segundo déficit corriente más alto del mundo en el año 2007 en valores absolutos, casi un 10% en términos de PIB).



Fuente: elaboración propia con datos del FMI

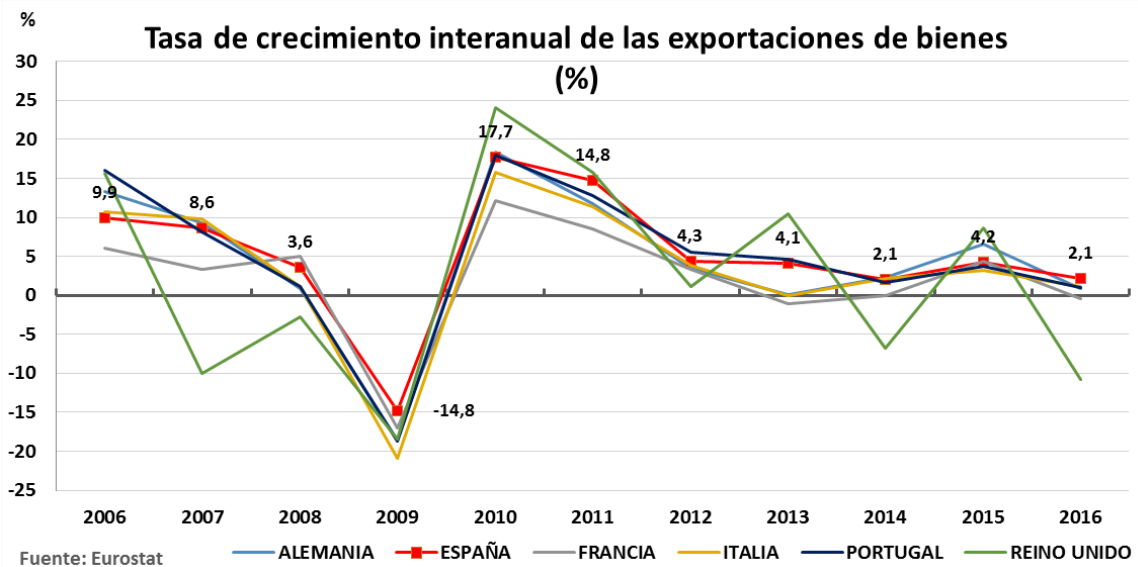
Aun así, en estos cinco años, la capacidad de financiación acumulada es menor que la necesidad de financiación en un solo año (2008) y la posición de inversión internacional neta (PIIN) de España es muy negativa, de las más altas del mundo, muy por encima del límite que el FMI considera seguro (35%), lo que incrementa la vulnerabilidad. Alcanzó en diciembre de 2016 un valor de -960.000 millones de euros.

... que se manifiesta en un crecimiento sostenido de las exportaciones de bienes y servicios...

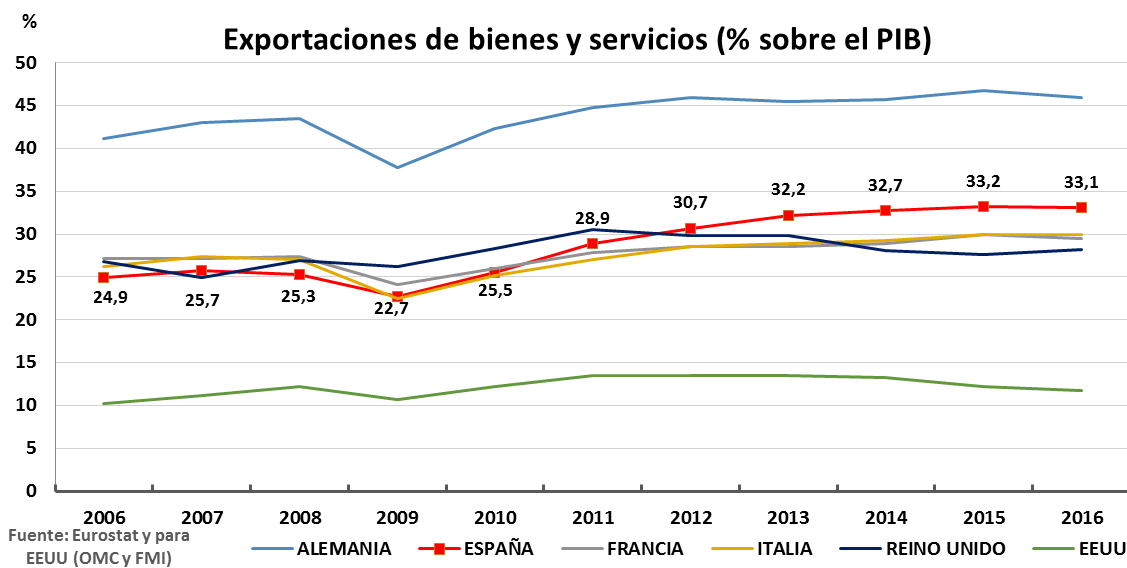
Las exportaciones de bienes y servicios han estado creciendo a tasas elevadas en los últimos años. Como consecuencia, se pasa de un máximo del anterior ciclo expansivo

en 2008 de 282.525⁷ millones de euros de exportaciones de bienes y servicios (de los cuales 192.743 millones de euros son de mercancías) a 368.281 millones de euros en 2016 (254.530 millones de euros de mercancías), es decir, un aumento del 30,3% (32% para mercancías), con un PIB prácticamente idéntico a precios corrientes al PIB de 2008. Otro dato que muestra el avance del sector exterior es que el saldo comercial no energético fue positivo durante cuatro años, de 2012 a 2015.

La evolución exportadora española ha sido superior a la de nuestros principales socios comerciales.



Como resultado de todo ello, las exportaciones de bienes y servicios han pasado de representar el 27,2% del PIB español en 2010 a suponer un 33,1% (datos Eurostat) en 2016, superando a países como Francia, Italia y Reino Unido.



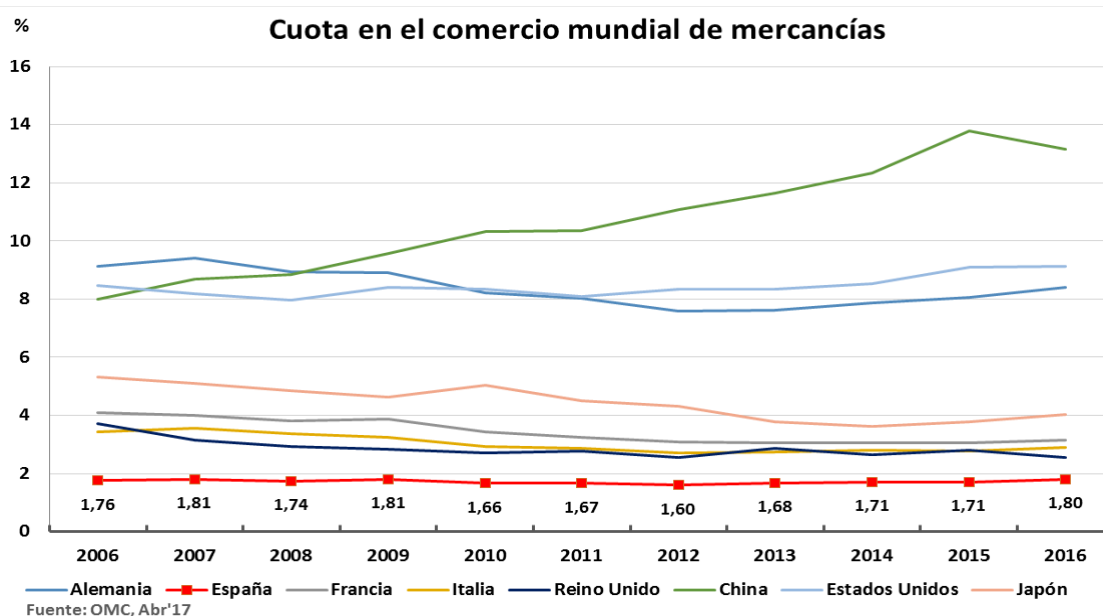
⁷ Fuente Banco de España: Balanza de Pagos y Posición de Inversión Internacional (2017).

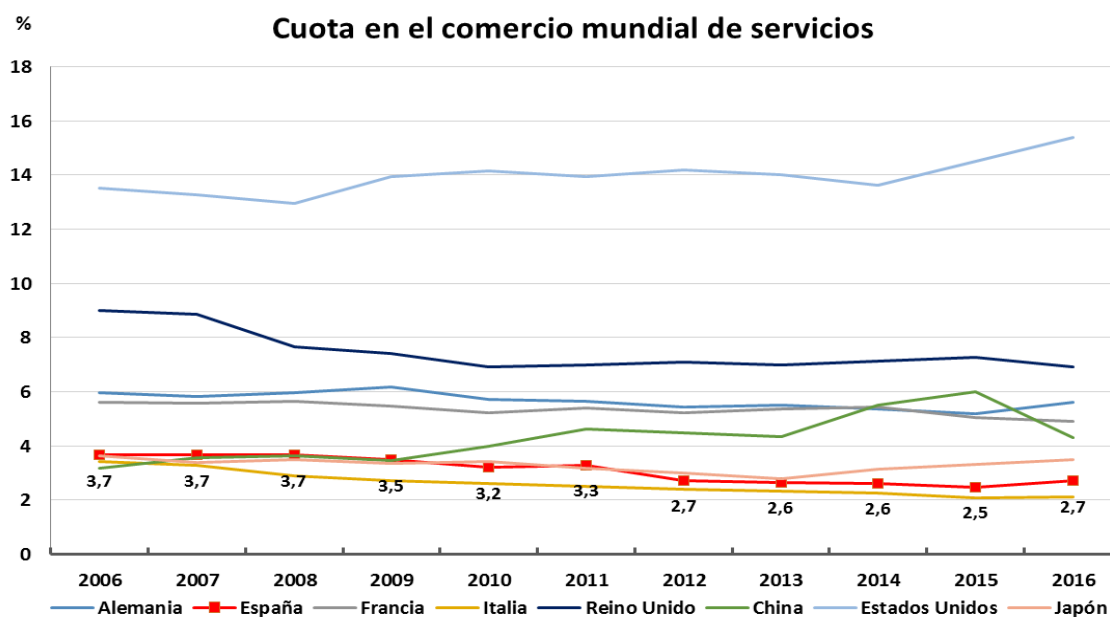
Las exportaciones de servicios y, más concretamente, el creciente protagonismo de los servicios no turísticos, muestran otro hecho destacable en la buena evolución que ha venido experimentando este saldo. Los servicios representan casi un tercio del total de las exportaciones españolas. En 2008, el peso de los servicios no turísticos superó el de los servicios turísticos por primera vez, patrón que se ha mantenido desde entonces.

En 2016, un 16,4% del total de los ingresos por exportaciones provinieron de la exportación de servicios no turísticos, de entre los que destaca la buena marcha de los servicios prestados a empresas, mientras que aproximadamente un 14,8% provino de los ingresos por exportación de servicios turísticos. Eso sí, en términos de saldos, el turismo sigue teniendo la mayor aportación.

...y en una mejor evolución de la cuota de mercado española sobre las exportaciones mundiales que la del resto de la UE.

España en 2016 subía dos puestos y se situaba en el puesto decimosexto en el ranking mundial de exportadores de mercancías, con una cuota de mercado de 1,8% sobre el total mundial (frente al puesto vigesimoprimer con un 1,6% de 2012) y en el undécimo puesto en el caso de las exportaciones de servicios, con una cuota del 2,7% (2,5% en 2015). Pero lo más destacable es que España ha logrado prácticamente mantener su participación en las exportaciones mundiales desde el año 2006, período caracterizado por una fuerte presión de las economías emergentes en el comercio mundial. El resto de países de nuestro entorno (principales países europeos) han visto retroceder su cuota de mercado mundial desde ese año. Esto supone, por tanto, un hecho diferencial del sector exterior español.





Fuente: OMC, Abr'17

Este avance en la internacionalización de la economía constituye un factor de importante peso para el empleo.

De acuerdo con los cálculos realizados por la OCDE⁸, en España 4,6 millones de puestos de trabajo dependen de la demanda final del resto del mundo. De ellos, 3 millones corresponden al sector servicios. Esto supone que aproximadamente uno de cada cuatro puestos de trabajo en España dependen del sector exterior.

En definitiva, y comparado con 2008, año con un PIB similar, España en 2016 presenta tres cambios considerables en el sector exterior: un grado de internacionalización, medido como porcentaje de exportaciones de bienes y servicios sobre el PIB, casi 8 puntos superior; un nivel de exportaciones de bienes y servicios un tercio mayor; y una capacidad de financiación del 2,1% del PIB, frente a una necesidad de financiación del 8,8% en 2008. El sector exterior se encuentra, por tanto, en mejor posición para contribuir a la mejora del bienestar económico.

La favorable evolución del sector exterior español se explica a través de factores como la mejora de la competitividad...

Un factor que explica, en parte, los positivos resultados del sector exterior español es la favorable evolución de la competitividad de la economía española en los últimos años. Atendiendo a la evolución de los Índices de Tendencia de Competitividad (ITC), calculados con los Índices de Valor Unitario (IVU) de exportación, se observa que desde 2008 y hasta 2015 se produjeron ganancias en la competitividad-precio de las exportaciones españolas. En 2016 se produjo un ligero cambio de tendencia, ya que se perdió competitividad frente a la UE-28 y también frente a la OCDE en su conjunto (aunque no frente a los países de la eurozona). A pesar de ello, las exportaciones

⁸ Véase http://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=TIM2015_C1

aumentaron, de forma análoga a lo que sucedió entre 2000 y 2007, cuando a pesar del incremento de los costes laborales unitarios españoles por encima de los de nuestros socios (y de la pérdida de competitividad del ITC calculado con IVUs), las exportaciones continuaron creciendo, en lo que se conoce como la paradoja española. Esto es debido a que la competitividad de las exportaciones españolas también está relacionada con otros factores distintos al precio, como la especialización sectorial o geográfica de las mismas, la complejidad o conectividad sectorial. Distintos estudios apuntan a una reducción de la elasticidad precio de las exportaciones de bienes y servicios españolas, si bien el rango de valores atribuidos por diferentes autores es amplio⁹.

Además, la posición de España en determinados índices de competitividad internacionales ha mejorado notablemente en los últimos cuatro años. Así, cabe destacar los progresos en los últimos años, aunque todavía existe margen de mejora:

- En el índice *Doing Business* 2017 elaborado por el Banco Mundial, en el que España ocupa la posición 32ª, 20 puestos por encima de la edición de 2014 (52º).
- El *World Competitiveness Yearbook* 2016, elaborado por el IMD (*International Institute for Management Development*), donde España ostenta la posición 34ª, escalando tres puestos respecto a 2015 (37ª) y que mejora el puesto 45º de 2013.
- *The Global Competitiveness Report* 2016-2017, elaborado por el World Economic Forum. En este índice España se sitúa en la posición 32ª, habiendo mejorado dos puestos con respecto a la edición 2013-2014.

...o la favorable inserción de España en las Cadenas de Valor Global.

La integración de los países en la economía global está fuertemente relacionada con su participación en las Cadenas Globales de Valor (CGVs). Para medir la participación de España en las CGVs puede utilizarse el indicador de participación disponible en la base de datos de Comercio en Valor Añadido (TIVA, en sus siglas en inglés).

El Indicador de Participación en las CGVs muestra qué porcentaje de las exportaciones de un país forma parte de las CGV, en sus dos modalidades:

- “*Backward Participation*” refleja el eslabonamiento hacia atrás, hacia las fases iniciales de la cadena de valor. Mide el Valor Añadido (VA) de los factores extranjeros incorporados en las exportaciones del país. Es una medida del efecto arrastre hacia atrás que tienen las exportaciones del país sobre inputs extranjeros. Atendiendo al dato español (26,8%, superior en más de 5 puntos al

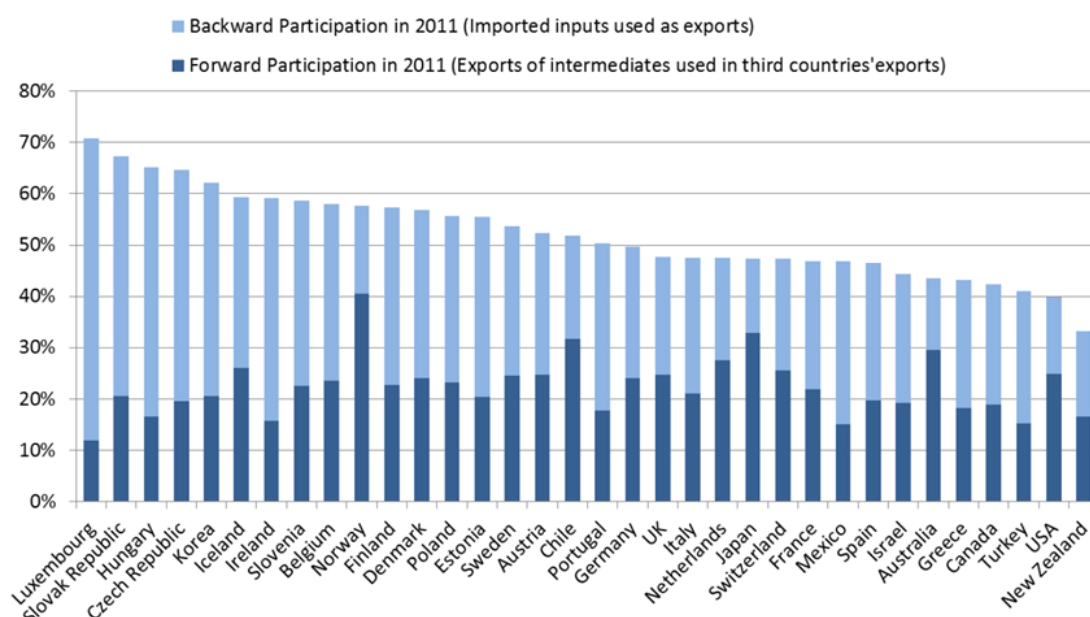
⁹ Véase Prades, E. y García, C. (2015) Actualización de la función de las exportaciones españolas de bienes” Boletín Económico. Banco de España; IMF (2015) Article IV Consultation, IMF Country Report 15/232.

de 2009), muestra el porcentaje de inputs extranjeros incorporados en las exportaciones españolas.

- “*Forward Participation*” refleja el eslabonamiento hacia delante, hacia las fases finales de la cadena de valor. Mide el VA de los factores nacionales exportados e incorporados en las exportaciones de otros países. Es una medida del efecto arrastre hacia delante que tienen las exportaciones del resto del mundo sobre la producción nacional de inputs. El dato español (19,7%, inferior al 21% de 2009), muestra el porcentaje de las exportaciones españolas incorporadas como inputs en las exportaciones de otros países, existiendo por tanto margen de mejora.

De los datos de la base de datos TIVA¹⁰ se deriva que la participación de España en las CGV (46,5%) es similar a otras economías europeas de tamaño equivalente al nuestro, como Reino Unido (47,6), Italia (47,5), o Francia (47,0); y algo inferiores a Alemania (49,6%) y Portugal (50,3%).

Participación en las CGV por países, 2011.



Fuente: OCDE- OMC TIVA

Entre los beneficios derivados de la participación de España en las CGV frente a otros países destaca que, mientras que en la mayoría de países el porcentaje de VA nacional disminuye con la incorporación a las CGV, España ha conseguido integrarse con éxito en las CGV capturando gran parte de los beneficios de dicha integración, ya que gran parte de la exportación de la economía española es valor añadido, en relación a otros países, y porque este porcentaje se mantiene constante, a diferencia de otros países para los que cae.

¹⁰ El último año disponible es 2011.

Finalmente, hay que tener en cuenta que las CGV son normalmente articuladas por parte de las empresas multinacionales, a través del comercio transfronterizo de inputs y outputs que tiene lugar entre su red de filiales, socios y proveedores. Se estima que las CGV articuladas por empresas multinacionales generan cerca del 80% del comercio global.

En consecuencia, los patrones del comercio de VA en las CGV son definidos en gran parte por las decisiones de inversión de las multinacionales. Así, países con una alta tasa relativa de Inversión Extranjera Directa tienden a presentar un mayor nivel de participación en las CGV y a generar mayor VA doméstico derivado del comercio¹¹.

Aunque va creciendo el número de empresas exportadoras de todos los tamaños y en especial de las de menor volumen de exportación...

En el año 2016 se contabilizaron 148.794 exportadores, un 1% más que en el año anterior y 20,8% más que en 2011. El 99,8% del valor exportado en 2016 fue realizado por los 38.382 operadores relevantes que exportaron 50.000 euros o más, el 25,8% del total, que incrementaron sus exportaciones un 1,7% interanual.

En el año 2016 se contabilizaron 49.792 empresas que exportan de forma regular (aquellas que han exportado en el año de referencia y en cada uno de los tres inmediatamente precedentes), un 4,2% más que en 2015 y un 33,7% más que en 2011, habiendo aumentado por quinto año consecutivo (4,2% interanual en 2015, 11,4% en 2014, 7,3% en 2013 y 3,0% en 2012). Asimismo, a pesar de representar tan solo el 33,5% del total de los exportadores en 2016, exportaron por valor de 240.104,3 millones de euros, el 94,3% del total y un 2,7% más que en 2015.

En definitiva, el crecimiento de las exportaciones desde 2008 se ha apoyado tanto en el margen extensivo (el incremento del número de empresas exportadoras) como en el intensivo (su volumen de exportación unitario). El resultado combinado es que, con un PIB en términos corrientes como hemos comentado idéntico en 2016 con respecto al de 2008, las exportaciones de mercancías son 65.303 millones superiores, que es lo que explica la mayor parte de la reducción del déficit comercial¹².

... el proceso de internacionalización de la economía española adolece todavía de ciertas debilidades y presenta una serie de retos. Destacan la concentración de la exportación en un número reducido de empresas y escasa propensión a exportar de las pequeñas y medianas empresas (PYMES¹³)...

¹¹ *Implications Of Global Value Chains For Trade, Investment, Development and Jobs.* (OECD, WTO, UNCTAD. 20 July 2013).

¹² Las importaciones energéticas en 2016 son 25.478 millones de euros inferiores a las de 2008.

¹³ DIRCE: Microempresas: menos de 10 empleados. Pequeñas empresas: entre 10 y 49 empleados. Medianas empresas: entre 50 y 249 empleados. Grandes empresas: más de 250 empleados.

En el año 2016, las empresas que exportaron más de 250 millones de euros anuales suponen el 0,1% de las empresas exportadoras y el 40,1% de la exportación. Los exportadores de menor volumen de exportación, inferior a 50.000 euros anuales, suponen el 74,2% del número de exportadores y representan tan sólo el 0,2% de la exportación total.

Por otro lado, según los últimos datos disponibles¹⁴, en el año 2014 solamente un 3% de las empresas registradas en DIRCE con una plantilla inferior a 200 trabajadores desarrolla actividades de exportación. El porcentaje de empresas exportadoras se eleva al 60,3 en el caso de las de más de 500 trabajadores.

...y las grandes presiones competitivas a las que están sometidas las empresas de tamaño intermedio (Midcaps).

Por su parte, las empresas pertenecientes a los tamaños intermedios¹⁵, generalmente de propiedad familiar, cuentan con un alto potencial de crecimiento. El número de empresas exportadoras en estos tramos ha experimentado un ascenso en los últimos años pese a enfrentarse a un entorno con creciente competencia.

También constituyen debilidades la aún insuficiente, aunque progresiva, diversificación de los mercados de destino de las exportaciones españolas...

A pesar de esta tendencia favorable a la diversificación de las exportaciones, persiste la dependencia de la UE como destino de las mismas (66,3% de ellas tuvieron como destino países de la UE-28 en 2016). 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. El crecimiento de las exportaciones españolas en aquellos países que han liderado el crecimiento de las importaciones a nivel global (entre los que destacan Rusia, China, Turquía, Brasil y Marruecos), si bien ha sido positivo, ha sido también limitado.

Resulta todavía insuficiente la presencia en determinados mercados. En efecto, hay tres mercados, Estados Unidos, China y Japón, que representan el 30% de las importaciones mundiales y en los que España tiene unas cuotas muy inferiores a su cuota en el comercio internacional y se encuentra proporcionalmente mucho más lejos que nuestros competidores. Sin crecimiento en estos mercados resultará difícil incrementar nuestra cuota en las exportaciones mundiales. Relacionado con esto, está la cuestión del déficit comercial con China. Aunque resulte imposible mantener un comercio equilibrado con todos los países (de hecho, tampoco sería un objetivo

¹⁴ Departamento de Aduanas e II.EE. de la Agencia Tributaria.

¹⁵ Facturación entre 100 y 500 millones €, cuyo número se estima en 11.000 empresas.

deseable per se), lo cierto es que el saldo negativo con ese país, prácticamente iguala la totalidad del déficit comercial español.

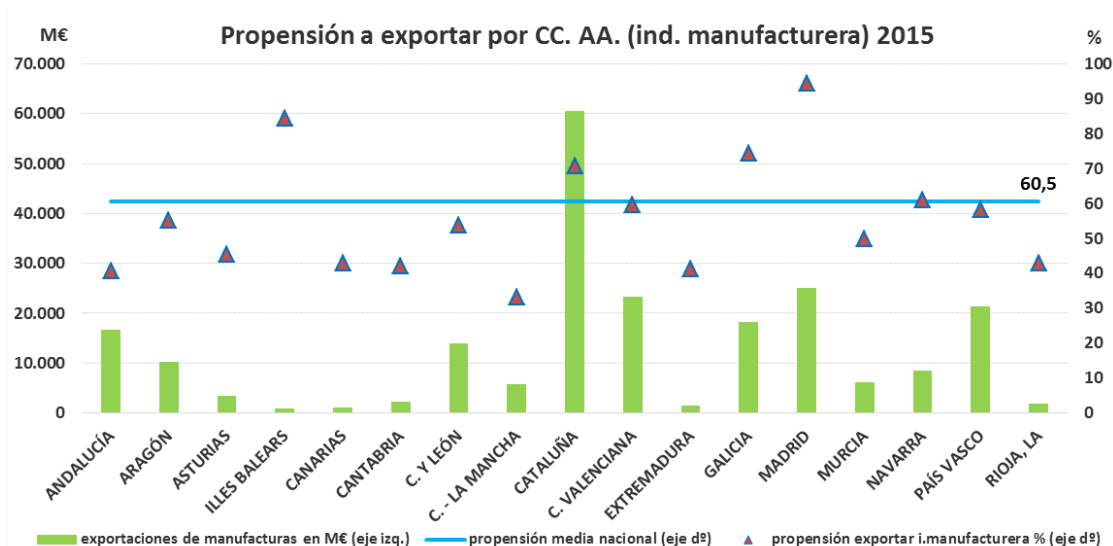
Así, la necesidad de diversificar constituye otro desafío para la política comercial española, que se ha venido abordando desde 2005 principalmente a través de los denominados Planes Integrales de Desarrollo de Mercado (PIDM). Actualmente, en paralelo con el diseño de la Estrategia 2017-27, se está realizando una revisión en profundidad, 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.

...el todavía insuficiente nivel medio de contenido tecnológico de las exportaciones...

Aun cuando más de la mitad de la exportación española de bienes puede encuadrarse por su contenido tecnológico en los segmentos alto y medio-alto, se observa en los últimos siete años una estabilización, del 55,4% en 2006 a 55,3% en 2016 en la participación de estos grupos en el total de la exportación. 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. Sin embargo, 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 más alto. 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.

...o la limitada propensión a exportar de determinadas Comunidades Autónomas.

La perspectiva regional completa la radiografía del sector exterior español. Seis comunidades autónomas, Cataluña, Comunidad de Madrid, Andalucía, Comunidad Valenciana, País Vasco y Galicia, por este orden, son responsables de las tres cuartas partes de las ventas de productos en el exterior (74,4%). Pero no todas estas comunidades lideran el ranking de las comunidades con mayor propensión a exportar (exportaciones de manufacturas en porcentaje de la producción de la industria manufacturera). Según los datos de 2015, Madrid, Cataluña, Illes Balears, Galicia y Navarra y presentarían una propensión exportadora por encima de la media nacional (60,5%, cinco puntos y medio superior a la de 2012).



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE y de la Secretaría de Estado de Comercio. Se toma el dato de la producción industrial incluido en la Encuesta Industrial Anual de Productos*, CNAE-2009: Sección C (Industria Manufacturera), por su desagregación y por ser plenamente integrable con los datos de comercio exterior. El valor se refiere siempre a la producción facturada o vendida, sobre el precio de venta neto.

Con respecto a la inversión, tras unos años de comportamiento errático debido a la desfavorable evolución económica nacional e internacional, la inversión extranjera en España se está recuperando de forma sostenida. La inversión española en el exterior también ha repuntado en los últimos años y, sustancialmente, en 2015, si bien en 2016 ha disminuido, aunque todavía presenta valores netos por encima de años anteriores...

❖ Inversión española en el exterior

En términos de **flujos**, de 2013 a 2016, la inversión española en el exterior ascendió a 119.410 millones de euros de inversión bruta acumulada, 68.803 millones de euros en valores netos, siendo la desinversión de 50.607 millones, según datos del Registro de Inversiones Exteriores de la Secretaría de Estado de Comercio¹⁶. En cuanto a la evolución de estos flujos, en 2016 se produjo un descenso del 43,25% de la inversión bruta respecto al año 2015, hasta los 23.448 millones de euros desde los 41.315 millones de euros un año antes. Hay que tener en cuenta que el año 2015 fue un año excepcional respecto a años anteriores con operaciones puntuales. Por otro lado, la inversión neta en 2016 también descendió el 29% hasta 19.733 millones de euros respecto a 2015 (27.855 millones), si bien se encuentra en valores muy superiores a otros años anteriores (2014 y 2013). Además, las desinversiones disminuyeron un 72,4% respecto a 2015 y a años anteriores, como se puede observar en el cuadro adjunto.

¹⁶ Todos los datos de inversión descontadas las cifras de inversión en Empresas de Tenencia de Valores Extranjeros, ETVE, salvo mención en contrario.

INVERSIÓN ESPAÑOLA EN EL EXTERIOR (millones de euros)						
AÑOS	Inv. Bruta	% Variación Interanual	Desinversión	% Variación Interanual	Inv. Neta	% Variación Interanual
2013	24.208	44,21	11.684	-31,70	12.524	4.012,72
2014	30.438	25,73	21.746	86,12	8.691	-30,60
2015	41.315	35,74	13.461	-38,10	27.855	220,48
2016	23.448	-43,25	3.715	-72,40	19.733	-29,16

Fuente: Registro de Inversiones Exteriores. SG Comercio Internacional de Servicios e Inversiones

La **posición** inversora total española en el exterior (stock), incluyendo ETVE, ha tenido un comportamiento positivo, aumentando desde los 459.536 millones de euros en 2014 a los 472.760 millones de euros en 2015¹⁷. De esta forma, el stock español en el exterior superó al extranjero en España en 85.445 millones de euros en 2015.

En posición o stock la distribución de la inversión española en el exterior desde un punto de vista **geográfico**, excluidas ETVE, es la siguiente: los países OCDE representan el 76,7% seguidos de la UE (28) con el 44,9% los países UE (15) el 41,6%, Iberoamérica con el 28,8%, América del Norte (16,1%), Asia y Oceanía (2%) y África (0,9%). Por países Reino Unido es el primer país de destino (18,9%), habiendo sustituido a EEUU como primer destino, ocupando ahora el segundo destino con el 13,9%, Brasil (8,1%), México (7,3%), Venezuela (4,9%), Países Bajos (4,5%), Chile (3,5%), Portugal (3,3%), Suiza (3,3%), Irlanda (3,1%), Alemania (3,1%), Luxemburgo (2,9%), Francia (2,5%), Canadá (2,2%), Italia (1,5%), etc.

La posición de inversión española en el exterior en cuanto a **sectores** de destino se refiere, suele ser muy recurrente y se concentra en el sector de Actividades Financieras y de Seguros (40,2%), el más importante con diferencia, la Industria Manufacturera (15,9%), Información y Comunicaciones (9%), Comercio al por mayor y al por menor (6,9%), Suministro de energía eléctrica, gas, vapor (6%), Construcción (4,8%) e Industrias extractivas (4,4%) que justifican un 87,2% del total de la posición inversora española en el exterior (excluidas ETVE).

❖ Inversión extranjera en España

Dado el fuerte desequilibrio ya señalado de nuestra posición neta de inversión internacional, la capacidad de atracción de inversiones extranjeras por parte de la economía española presenta especial interés, en tanto que permite no sólo incrementar el stock de inversión del país, sino que tiene efectos muy positivos en la generación y mantenimiento de puestos de trabajo y en la actividad de las empresas, así como en el desarrollo económico de los países a través de la difusión del conocimiento y la tecnología, el fomento de la competencia, el mayor desarrollo del capital humano nacional y, en definitiva, el impulso de la competitividad.

¹⁷ Últimos datos disponibles.

A pesar de la tendencia bajista de los flujos de inversión en Europa que cayeron un 29% en 2016 de conformidad con los datos publicados por la UNCTAD, el flujo de inversión total neta extranjera en España (incluyendo ETVE), se incrementó el 33,5% en 2016.

Si se descuentan las Entidades de Tenencia de Valores Extranjeros (ETVE), (aunque la UNCTAD incluye las ETVE y presenta valores netos), se observa que la inversión extranjera neta sin ETVE se incrementó el 41,2% en 2013, se mantuvo en 2014, y se incrementó otro 44,1% en 2015 alcanzándose la cifra de unos 17.904 millones de euros en 2015 y manteniéndose prácticamente con una pequeña disminución del 2% hasta los 17.535 millones de euros en 2016.

Dicho dato es relevante porque las ETVE son sociedades establecidas en España controladas por no residentes cuyo principal objeto es la tenencia de participaciones de sociedades situadas en el exterior; como sociedades instrumentales su existencia obedece a estrategias de optimización financiera y corporativa dentro de un mismo grupo empresarial. Al deducir las ETVE se consideran, por consiguiente, aquellas inversiones que presentan un efecto positivo sobre la economía española a diferencia de las inversiones ETVE que suelen tener un efecto más neutral por su propia naturaleza.

AÑOS	INVERSIÓN EXTRANJERA EN ESPAÑA (millones de euros)					
	Inv. Bruta	% Variación Interanual	Desinversión	% Variación Interanual	Inv. Neta	% Variación Interanual
2013	17.282	17,67	4.797	-17,97	12.485	41,26
2014	20.162	16,67	7.742	61,39	12.421	-0,51
2015	23.766	17,87	5.862	-24,28	17.904	44,15
2016	23.476	-1,22	5.941	1,36	17.535	-2,06

Fuente: Registro de Inversiones Exteriores. SG Comercio Internacional de Servicios e Inversiones

En términos de stock o **posición**, los datos totales registrados en 2015 de capital extranjero en España, incluidas las ETVE, según el Registro de Inversiones Exteriores de la Secretaría de Estado de Comercio, se estimaron en 387.315 millones de euros de inversión total con un 0,5% de incremento respecto a 2014 que se cifró en 385.392 millones.

Por **áreas geográficas**, la posición inversora extranjera en España en 2015 excluidas ETVE y por país beneficiario último la lidera la OCDE con el 87,7% seguida por la UE 15 con el 60,8%, UE 28 con el 60,7% e Iberoamérica con el 12,7% del total.

Los países con una posición inversora mayor son: Estados Unidos (14,4%) - que no ha variado respecto a 2014 -, Reino Unido - que ocupaba el tercer lugar el año pasado pasa a segundo lugar con el 12,8% -, Italia (11,8%), Francia (11,5%), Alemania (7,9%), México (6,6%) y Luxemburgo (5,4%).

La posición inversora extranjera en España en cuanto a sectores se refiere suele ser bastante estable y se concentra en un 83,7% en seis grandes **sectores** en 2015: la “Industria Manufacturera” con un stock del 33,2% del total, el “Suministro de energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado” (15,8%), “Comercio al por mayor y menor; reparación de vehículos de motor y motocicletas” (11%), las “Actividades financieras y de seguros” (10,6%), la “Información y las comunicaciones” (8,2%) y Actividades Inmobiliarias (4,9%). Otros sectores de cierta importancia son la “Construcción” (3,6%), y el “Transporte y almacenamiento” (3,3%).

❖ **Posición de España en los rankings 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 **13** mayor receptor de IED a nivel mundial en 2015 con un **stock** que supera los 533.306 millones de dólares, lo que representa el 44,4% del PIB de España en 2015. En España hay establecidas unas 12.400 empresas de capital extranjero, que emplean a 1.183.000 personas.

...a lo que hay que añadir la favorable posición de España como destino de inversiones de grandes fondos soberanos.

Según el informe *Sovereign Wealth Fund Annual Report de 2015*¹⁸, se mantiene la tendencia, detectada en años anteriores, de los fondos soberanos a invertir en España y en compañías españolas, especialmente en aquellas con fuerte presencia en los mercados emergentes de Iberoamérica, las denominadas empresas multi-latinas. Según este informe, España fue el país de la eurozona que más inversión de fondos soberanos recibió en 2015.

Por su parte, el informe *Sovereign Wealth Funds 2016* elaborado por el ICEX destaca cómo estos fondos, atraídos por la recuperación de la economía española, invirtieron 4.600 millones de dólares entre enero de 2014 y junio de 2015.

La atractiva valoración de muchas compañías españolas, unida a sus necesidades de liquidez y de reducir su grado de endeudamiento, está generando importantes oportunidades para los fondos de inversión, fondos soberanos y demás.

Por supuesto, hay que hacer una referencia a las amenazas y riesgos derivados de cuestiones exógenas y la incertidumbre.

En 2016, el comercio internacional se ralentizó, creciendo un 1,3% en volumen. Este crecimiento fue menor de lo esperado inicialmente, hasta tal punto que el ratio del crecimiento en volumen del comercio internacional entre el crecimiento del PIB mundial cayó por debajo de 1 por primera vez desde 2001. El incremento de las tentaciones proteccionistas, entre las que podríamos incluir el Brexit o la retirada de

¹⁸ Elaborado por la Universidad Bocconi.

Estados Unidos del Acuerdo Transpacífico puede terminar teniendo una incidencia notable, aunque lo cierto es que, tras un primer trimestre de 2017 esperanzador, la Organización Mundial de Comercio ha previsto una recuperación del comercio del 2,4% que podría oscilar, dados los elevados factores de incertidumbre, en un abanico de entre el 1,8% y el 3,6%.

Otros riesgos a medio plazo serían el posible aumento de los precios del petróleo, así como una elevación de los tipos de interés, aunque el país está mejor preparado que en el último ciclo alcista para hacerles frente. El primero de ellos evidencia la excesiva dependencia energética exterior de España, si bien estaría mitigado, al menos en parte, por el aumento de la base exportadora experimentado en los últimos años: aun en el caso de que la factura energética se duplicara, este aumento sería la mitad del incremento de las exportaciones desde 2008. A su vez, el segundo de ellos, aunque relevante por la negativa posición neta de inversión internacional, se ve disminuido por el hecho de que en estos momentos España tiene capacidad de financiación frente al exterior.

Si bien el Plan Estratégico de Internacionalización de la Economía Española 2014-2015, en el que se plasmó la estrategia del Gobierno en materia de internacionalización para el bienio, ha supuesto sin duda un impulso al apoyo a un número creciente de exportadores e inversores, promoviendo las condiciones oportunas para la internacionalización y facilitando el acceso a los distintos instrumentos de apoyo...

El plan fue elaborado por el Ministerio de Economía y Competitividad en el marco del Grupo Interministerial de Apoyo a la Internacionalización de la empresa española, con la participación del sector privado y las CCAA en el ámbito de sus competencias y en coherencia con los fines y objetivos de la Política Exterior del Gobierno. El plan se rige por los principios de coherencia y coordinación en la actuación del Estado y su complementariedad con el sector privado y es el resultado de un esfuerzo notable de coordinación entre todos los actores implicados en la internacionalización.

... la experiencia en la elaboración, ejecución y evaluación del primer plan ha puesto de manifiesto la necesidad de contar con un marco estratégico que permita una planificación a más largo plazo, que sea una verdadera política de Estado...

Existe todavía margen de mejora para conseguir mayor coordinación y complementariedad de las acciones de los diferentes actores que trabajan en materia de internacionalización, para abordar de forma conjunta los siguientes retos:

- incrementar y consolidar la **base de empresas que exportan regularmente**
- conseguir que las empresas puedan contar con **mercados cada vez más abiertos**

- **facilitar** un mayor acceso de **las PYME** a los mercados exteriores
- mejorar la competitividad de la exportación española a través de una mejora de su contenido tecnológico, siendo necesario por tanto incidir en el **desarrollo tecnológico**, en la **innovación** y en la **transformación digital**
- mejorar la inserción de nuestras exportaciones en **las cadenas globales de valor**
- **atraer talento** y mejorar la **formación** del capital humano de las empresas en materia de acceso a los mercados exteriores
- mejorar el **apoyo financiero** oficial a la exportación y a la inversión en el exterior
- potenciar la capacidad de España **para atraer mayor inversión extranjera**.

Como resultado del análisis anterior, se puede construir una matriz resumen de las **Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades (DAFO)** que tiene España a la hora de definir su estrategia de internacionalización:

	ANÁLISIS DAFO	
	Fortalezas	Debilidades
Análisis interno	Aumento de la propensión a exportar bienes y servicios	Concentración exportación en número reducido empresas
	Incremento de la cuota de exportación mundial	Importante desequilibrio comercial con algunos países
		Escasa propensión a exportar de la PYME
		Importante peso del mercado británico en nuestra exportación: riesgo consecuencias Brexit
	Crecimiento de las exportaciones a mercados no comunitarios	Insuficiente diversificación geográfica de las exportaciones
	Incremento de la base exportadora y de los márgenes extensivo e intensivo	Limitada propensión a exportar de determinadas CCAA
	Aumento exportaciones de contenido tecnológico medio y medio-alto	Todavía insuficiente contenido tecnológico de las exportaciones Insuficiente componente marquista de las exportaciones
	Crecimiento de las exportaciones de servicios turísticos y no turísticos	
	Ganancias de competitividad precio y no precio	Elevada propensión a importar cuando la economía se recupera
	Favorable inserción en las cadenas de valor global	Reducción de la participación <i>Forward</i> en las cadenas de valor global
	Consolidación de los superávits por cuenta corriente	Riesgo de subida en el precio del petróleo y tipos de interés
	Esfuerzo para incorporar la agenda digital en los modelos de negocio	Bajo grado de digitalización de las empresas
	Creciente cultura de internacionalización entre las empresas. Cambio de mentalidad sobre el papel clave de la internacionalización	Insuficiente formación en internacionalización en los cuadros directivos de las empresas, particularmente PYMES
	Recuperación de forma sostenida de la inversión extranjera	Posición neta de inversión internacional negativa, de las más altas del mundo en relación al PIB. Necesidad de potenciar la atracción de inversión extranjera
	Fuerte repunte de la inversión exterior desde 2015 con valores netos por encima de años anteriores	Necesidad de seguir aplicando políticas de apoyo a la inversión exterior
	Existencia de un amplio número de instrumentos y organismos de apoyo a la internacionalización	Necesidad de mayor coherencia y colaboración entre los mismos
		Dificultad de acceder a la información relativa a dichos instrumentos

	Oportunidades	Amenazas
Análisis externo	Previsión de recuperación del crecimiento del comercio mundial en 2017 (2,4%) y en 2018 (2,1%-4,0%)	Creciente competencia economías emergentes en el comercio mundial de bienes y servicios
	Firma de acuerdos comerciales de la UE con terceros países que reflejen los intereses de nuestras empresas.	Incremento de las tentaciones proteccionistas. Insuficiente comunicación sobre las oportunidades que ofrecen los acuerdos comerciales a las empresas
	Previsión de crecimiento de la inversión mundial	Creciente competencia de economías emergentes y de los países de nuestro entorno en captación flujos de inversión

En conclusión, España se encuentra inmersa en un cambio estructural en lo que a su sector exterior se refiere. Si bien el peso del sector exterior en nuestra economía ha aumentado en los últimos años (habiendo alcanzado en 2016 el 33,1% de exportaciones de bienes y servicios sobre el PIB), España debería seguir en esta senda, tomando como referencia los modelos económicos de los países más abiertos y de mayor renta del mundo.

En esta línea, **la Estrategia de Internacionalización 2017-27 incorpora los siguientes grandes retos:**

- Alcanzar un valor de exportaciones nominales de bienes de 400.000 millones de euros en 2027.
- Conseguir que en 2027 existan 60.000 empresas que exporten de forma regular.
- Conseguir que, en el conjunto del periodo 2017-2027, las empresas españolas sean adjudicatarias de 650.000 millones de euros de licitaciones internacionales.
- Alcanzar en 2027 un stock de Inversiones directas extranjeras de 500.000 millones de euros.

Esta estrategia y los planes de acción que la conforman constituyen una pieza fundamental para la consecución de estos fines. El anexo I incorpora una serie de indicadores objetivos asociados a estos retos.

V. OBJETIVOS Y PRIORIDADES

Objetivo general

El objetivo general de esta estrategia es el impulso de la internacionalización de la economía española, afianzando así una contribución positiva del sector exterior al crecimiento económico de España de carácter estructural que revierta en mayor creación de empleo, a través de la mejora en la competitividad y de la mayor presencia de nuestras empresas en el exterior.

Objetivos específicos

Este objetivo general se plasma en los siguientes **objetivos específicos**:

1. Aumento de la propensión a exportar y de la base de **empresas que exportan regularmente**.
2. **Diversificar** los mercados destino exportación e inversión.
3. Incrementar el **valor añadido** de las exportaciones.
4. Aumentar la **atracción de inversión extranjera**.

Para alcanzar estos objetivos específicos se incidirá en los siguientes **objetivos intermedios**:

- Trabajar para que las empresas puedan contar con **mercados cada vez más abiertos** en los que se respeten las reglas de las que nos hemos dotado.
- Facilitar el acceso de las PYME a la **información** en materia de comercio exterior y sector/mercado que sea útil en su proceso de toma de decisiones, así como sensibilizar a la PYME sobre la **importancia estratégica de la internacionalización**.
- Favorecer el **aumento del tamaño de la empresa** para su internacionalización, así como impulsar la agrupación de empresas de menor dimensión para facilitar su salida al exterior.
- Desarrollar el **capital humano** para la internacionalización mediante la formación de estudiantes y profesionales en el ámbito de la internacionalización, así como facilitar la atracción de talento.
- Mejorar los instrumentos **financieros** de apoyo a la empresa en materia de internacionalización.
- Favorecer la creación y consolidación de las **marcas individuales** de las empresas y mejorar la **imagen país** como marca colectiva.

- Mejorar la inserción de nuestras exportaciones en **las cadenas globales de valor**.
- Mejorar la competitividad de la exportación española a través de una mejora de su contenido tecnológico, siendo necesario por tanto incidir en el desarrollo tecnológico, en la **innovación** y en la **transformación digital**.
- Potenciar la **cooperación tecnológica exterior** enriquecedora de la capacidad innovadora y base de internacionalización de nuestras empresas, capaz de contribuir a crear puestos de trabajo cualificados, aumentar la productividad de nuestras exportaciones y mejorar nuestra imagen exterior.
- Aumentar la capacidad de influencia de España en las **instituciones y organismos internacionales** e impulsar la presencia de profesionales españoles de alta cualificación en instituciones internacionales y comunitarias.
- Aumentar la participación de empresas españolas en contratos de **licitaciones internacionales**, con especial atención al aprovechamiento por parte de nuestras empresas del mercado multilateral.
- Mejorar el **entorno regulatorio**, consiguiendo así una mejor imagen de España como país atractivo para hacer negocios y **para atraer inversión extranjera**.

Prioridades geográfico-sectoriales

El principio rector de adicionalidad de la actuación pública conlleva la búsqueda del empleo eficiente de los recursos y, por tanto, la necesidad de dar **prioridad desde el punto de vista geográfico y sectorial** a aquellos mercados más atractivos para el conjunto de la oferta española. No se puede justificar la actuación pública en apoyo de todas las empresas en todos los mercados. Es imprescindible seleccionar los sectores de oportunidad en determinados mercados que mejor encajan 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.

Por tanto, la Secretaría de Estado de Comercio ha decidido llevar a cabo una reestructuración de los Planes Integrales de Desarrollo de Mercados (PIDM), lanzados en 2005, dándoles un enfoque de carácter más sectorial. Este nuevo enfoque, que como se explica a continuación está en proceso de elaboración, se denominará PASE (Países con Actuación Sectorial Estratégica).

Se considera que existe una sólida justificación económica para centrar el apoyo en aquellos sectores de oportunidad en los que las empresas españolas tienen un elevado potencial de exportación, ya que:

- 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.
- La experiencia acumulada con los PIDM durante estos años ha llevado 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.
- 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.

La reestructuración de los PIDM se está realizando basándonos, en primer lugar, en el análisis cuantitativo 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. En esta primera fase, los países seleccionados son los siguientes: Estados Unidos, China, México, Singapur, India, Marruecos, Canadá, Japón, Brasil, Turquía, Rusia y Sudáfrica, si bien se trata de una lista abierta. Para cada uno de ellos se han seleccionado una serie de sectores estratégicos en los que centrar las actividades coordinadas de apoyo a su internacionalización. Está previsto a corto plazo incorporar al sector privado en la definición de esta nueva estrategia PASE.

En todo caso, las medidas contenidas en los planes que desarrollan esta Estrategia de Internacionalización 2017-27 se orientarán, con carácter preferente, a los países seleccionados. Sin embargo, conviene matizar que en ningún caso se trata de una lista excluyente, es decir, no se van a dejar de realizar actuaciones determinadas en apoyo de la internacionalización en otros sectores y países no incluidos.

Con carácter bienal se procederá, además, a una evaluación, seguimiento 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.

VI. EJES PRINCIPALES DE LA ESTRATEGIA

La estrategia se articula en torno a seis ejes principales, en los que se encuadran una serie de medidas o actuaciones concretas que conforman los distintos planes de actuación bienales.

PRIMER EJE:

Ofrecer un apoyo a la internacionalización cada vez más adaptado a las necesidades y al perfil de nuestras empresas.

Para conseguir incrementar la base de empresas que exportan de forma regular es necesario un mejor conocimiento de las empresas, sobre todo de aquellas que no mantienen su actividad internacional de forma constante. Se hace necesario por tanto diagnosticar mejor sus necesidades, realizar una mayor segmentación del tejido empresarial –para conseguir una mayor adaptación de los programas y los servicios de promoción de exportaciones e inversiones-, y elaborar programas que les permitan abordar la actividad internacional de forma más regular.

SEGUNDO EJE:

Incorporar la innovación, la tecnología, la marca y la digitalización a la internacionalización.

El nivel tecnológico tiene efecto directo en la competitividad del país, por lo que es crucial que instituciones, empresas y entidades financieras trabajemos 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. La marca, por su parte, responde a la necesidad de la empresa por diferenciar sus productos. Hoy en día, para afrontar con éxito la internacionalización es también imprescindible que las empresas se incorporen al mundo digital, que sin duda redundará en mayores beneficios y más presencia internacional de nuestras empresas.

TERCER EJE:

Desarrollar el capital humano para la internacionalización.

El progreso de la industria 4.0 y la consolidación de las nuevas tecnologías en las formas de establecer y desarrollar todos los procesos del negocio internacional afectarán también a la gestión del talento en las organizaciones. Es necesario, por tanto, que desde la Administración sigamos desarrollando medidas que permitan la captación de talento y estimulen la cultura de la internacionalización y la formación de capital humano especializado.

CUARTO EJE:

Aprovechar mejor las oportunidades de negocio derivadas de la política comercial común y de las instituciones financieras y organismos multilaterales.

Para que las empresas puedan contar con mercados terceros cada vez más abiertos, la política comercial común debe continuar desarrollándose a través de la firma de acuerdos comerciales con terceros países y de la detección y eliminación de barreras al comercio y a la inversión. Desde la SEC seguiremos trabajando para defender los intereses y necesidades españoles, tratando de aumentar nuestra capacidad de influencia en la UE y en la OMC. Asimismo, también seguiremos apoyando a nuestras empresas a aprovechar al máximo el potencial de los proyectos con financiación multilateral.

QUINTO EJE:

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

En un contexto de creciente competencia entre los países de nuestro entorno por la captación de inversiones, es necesario continuar trabajando para atraer inversión extranjera a nuestro país. Para ello, trabajaremos en un programa de acciones de promoción en países-objetivo encaminadas a posicionar España como plataforma de inversiones ante entidades financieras y fondos, ante empresas facilitadoras/prescriptoras y ante inversores industriales, tecnológicos y de servicios.

SEXTO EJE:

Reforzar la coordinación y complementariedad de acciones entre todos los actores relevantes en materia de internacionalización.

Desde esta Secretaría de Estado de Comercio queremos centrar los esfuerzos para que todos los departamentos y organismos con actuaciones en materia de fomento de la internacionalización trabajen de forma coordinada y eficiente, junto al sector privado, con el fin de ofrecer el mejor servicio posible a las empresas españolas.

VII. ACTUACIONES PROPUESTAS: PLANES DE ACCIÓN BIENALES. EL PLAN 2017-18

A continuación se detallan las actuaciones que se realizarán en el bienio 2017-18, identificando a su vez los instrumentos más adecuados para su ejecución. En particular, los Anexos II a IV (“Descripción de los instrumentos existentes de apoyo a la internacionalización de la economía española en el ámbito del Ministerio de Economía y Competitividad”; “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.

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, así como en el sector privado, representado principalmente a través de las Asociaciones de Exportadores, Organizaciones Empresariales y Cámaras de Comercio.

1. Ofrecer un apoyo a la internacionalización cada vez más adaptado a las necesidades y al perfil de nuestras empresas.

*Debemos avanzar en el tratamiento diferenciado de nuestra exportación e inversión según **mercados, sectores y empresas**. A la hora de apoyar el proceso de internacionalización de las empresas españolas hay que tener en cuenta de qué tipo de empresa se trata, qué producto/servicio ofrece y en qué países quiere centrar su exportación/inversión. Además de implementar **medidas de apoyo de las que se pueden beneficiar todas las empresas por igual**, nos centraremos también en impulsar medidas que inciden de forma más **específica en cada tipología concreta de empresa**. La experiencia nos muestra que, según su tamaño, las empresas requieren distinto tipo de medidas de apoyo a su internacionalización.*

Para ello es imprescindible apoyarse en nuevas herramientas digitales que nos permitan conocer a las empresas que ya son usuarias de los servicios ofrecidos desde las administraciones públicas y acceder a información de aquellas que, teniendo potencial para internacionalización, no conocen las herramientas a las que pueden acceder para materializarlo.

El tejido empresarial español está muy atomizado, con una altísima concentración en microempresas¹⁹, el 96%. Para afrontar con éxito los mercados internacionales, las

¹⁹ Fuente: DIRCE. Microempresas: menos de 10 empleados. Pequeñas empresas: entre 10 y 49. empleados Medianas empresas: entre 50 y 249 empleados. Grandes empresas: más de 250 empleados.

*empresas deben **crecer en tamaño**, pues la pequeña dimensión de la PYME se traduce en menor productividad, falta de fuerza para negociar con proveedores, escasez de recursos que puede dedicar a internacionalización e innovación, y dificultad para acceder a financiación externa. Es por tanto necesario impulsar medidas de apoyo específico a las PYME y reformas encaminadas a mejorar su tamaño, lo que revertirá en su crecimiento y, por tanto, en su internacionalización.*

Dada la extensión de este eje de actuación, hemos dividido las medidas propuestas en función de si buscan apoyar a todas las empresas o a un segmento determinado, agrupándolas, en la medida de lo posible, en función de los objetivos que persiguen.

A) Medidas de apoyo de carácter general

1.- Aumento de la base de empresas que exportan regularmente.

Uno de nuestros principales retos es aumentar la base de empresas que exportan de forma regular, que no se repliegan hacia el mercado interno cuando repunta la demanda interna. Son estas empresas las que aseguran el cambio hacia un modelo de crecimiento económico basado en el sector exterior. Para alcanzar este objetivo se pondrán en marcha las siguientes medidas:

- Para conseguir un mejor conocimiento de las empresas, sobre todo de aquellas que no mantienen su actividad internacional de forma constante, se dirigirá una parte importante de nuestros esfuerzos a diagnosticar mejor las necesidades de las empresas, realizar una mayor segmentación del tejido empresarial –para conseguir una mayor adaptación y optimización de los programas y los servicios de promoción-, y elaborar programas que les permitan abordar la actividad exportadora de forma más regular. En este sentido, se prestará mayor atención a la expansión en mercados internacionales a colectivos empresariales hasta ahora insuficientemente atendidos debido a su dimensión, escasa estructuración sectorial, o falta de adaptación a sus necesidades de los instrumentos existentes, centrando el foco en las necesidades de cada tipo de empresa.
- Para favorecer la incorporación a los mercados internacionales de un mayor número de empresas y reforzar su preparación para la expansión internacional, se potenciará el programa ICEX NEXT de iniciación que, junto con el apoyo a la iniciación, ofrece a las empresas ClubNEXT el servicio de asesores en destino,

El 95,6% de las empresas españolas son micropymes; el 3,5% son pequeñas empresas, el 0,6% medianas empresas y el 0,1% grandes empresas.

Del total de empresas exportadoras, el 65% son microempresas, el 25% son pequeñas empresas, el 8% medianas y el 2% grandes. En cuanto al valor de las exportaciones, las microempresas suponen el 11% del total, las pequeñas y medianas el 45% y las empresas de más de 500 empleados realizan el 42% de nuestras exportaciones.

facilitando el desarrollo de su red comercial a las empresas que quieran consolidar su presencia en los mercados exteriores. Se promoverá asimismo la ejecución de programas de iniciación por parte de otras entidades como Cámaras de Comercio y Comunidades Autónomas, garantizándose en todo caso la complementariedad entre los mismos.

- Se actualizará el catálogo de servicios personalizados que se ofrecen a través de la Red de Oficinas Económicas y Comerciales, con el fin de adecuarlo a las necesidades cambiantes de las empresas.
- Se reforzarán las actividades en materia de información y capacitación empresarial especializada en sectores y mercados, dirigidas a proporcionar información que sea de utilidad a las empresas en sus procesos de toma de decisión y a incrementar la base de empresas que exportan regularmente. Específicamente, ICEX reforzará su producción documental y sus actividades de capacitación, ICEX Capacita, atendiendo a las necesidades reveladas por las empresas a través de sus consultas y de los servicios solicitados. Se promoverá la colaboración entre las Direcciones Territoriales y Provinciales de Comercio, las Cámaras de Comercio en España y los organismos de promoción comercial de las Comunidades Autónomas para asegurar la máxima eficacia de estas acciones.
- Con el fin de crear mayores oportunidades de negocio y colaboración entre empresas españolas y extranjeras, se promoverá 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.
- Se incrementará la colaboración con el Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación para la agilización de la concesión de visados Schengen para personas de negocios extranjeras que deseen visitar nuestro país.

2.- Diversificación y consolidación de mercados.

Ante la debilidad que están mostrando algunos países emergentes, se hace necesario compaginar la apertura de nuevos mercados con la identificación de nuevos nichos y el aprovechamiento de las oportunidades que continúan ofreciendo nuestros socios tradicionales: los mercados comunitarios y de los países de la OCDE. La diversificación debe abordarse como un instrumento de mitigación de riesgos en un panorama internacional de especial incertidumbre.

Nuestras exportaciones a países no comunitarios han pasado de representar el 27,5% del total en el año 2005 a suponer el 34% en 2016. Si bien las empresas españolas no deben desaprovechar las oportunidades que continúan ofreciendo los mercados comunitarios, es preciso aprovechar el margen que existe para seguir incrementando la presencia española en terceros mercados y, por ello, como se ha expuesto

anteriormente, la Secretaría de Estado de Comercio está elaborando la estrategia PASE, con el objetivo de concentrar los esfuerzos en una serie de países en los que consolidar nuestra presencia en sectores con potencial de crecimiento importante y que ofrezcan buenas oportunidades para las empresas españolas.

Además de las acciones dirigidas a mercados específicos, desde ICEX se atenderá la presencia de empresas españolas en los grandes certámenes internacionales representativos y que son una referencia regional, o incluso global, de cada sector.

3.- Diseño de una oferta de instrumentos de apoyo a la internacionalización en función de cada tipo de empresa, y de sus necesidades específicas.

Se analizará, en colaboración con las empresas, la adecuación de los instrumentos existentes a las especificidades de cada sector o producto y, en su caso, se valorará la introducción de instrumentos nuevos que respondan a dichas especificidades.

En particular, 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. Así, a modo de ejemplo, desde ICEX se desarrollarán instrumentos que:

- Refuercen el posicionamiento en canales de distribución, colaborando con las empresas en la búsqueda, profundización, diversificación y optimización de los mismos en mercados exteriores.
- Se orienten a la identificación de proyectos concretos, como en el caso de las infraestructuras, y a la generación de redes y comunidades empresariales que contribuyan a encontrar fórmulas de negocio adecuadas a los intereses de nuestras empresas, de sus socios internacionales, de las autoridades locales del país de realización del proyecto y de la institución o instituciones financiadoras.
- Potencien actividades que promuevan espacios de encuentro y de búsqueda de oportunidades entre empresas españolas, empresas extranjeras, organismos oficiales y/o financiadores de proyectos.
- Se valorará la creación, para empresas tecnológicas españolas, de un programa que facilite la presentación de “papers” técnicos en eventos internacionales.
- Se trabajará en la identificación de necesidades de información en nuevos sectores (economía digital, biotecnología, nanotecnología, etc.) y para nuevos perfiles empresariales (startups y empresas “born global”). Además, se potenciará el uso de herramientas de analítica web y de Big Data para aportar, especialmente a través de canales digitales, una mejor información sobre oportunidades de negocio.

Simultáneamente y con el fin de aportar soluciones integrales a los clientes extranjeros, desde ICEX se promoverán acciones que superen el estricto marco sectorial, ofreciendo una batería completa de productos y servicios de origen español, que sean capaces de satisfacer diferentes necesidades a lo largo de la cadena de valor como por ejemplo en sectores como minería, agroindustria, Smart cities, etc.

4. – Asegurar el apoyo financiero de las operaciones de internacionalización.

Se continuará adecuando los instrumentos de apoyo a la financiación de las operaciones de internacionalización y reforzando su difusión.

En el ámbito de la innovación de productos financieros:

- Con cargo al FIEM se promoverán actuaciones conjuntas con el Grupo BEI que permitan asentar y consolidar la actividad de la empresa exportadora española a través un esquema de garantías compartidas.
- Se buscarán fórmulas para mejorar el servicio ofrecido por CESCE, procurando un mandato más amplio en productos menos tradicionales, más agresivo en la suscripción de riesgos y más autónomo en la toma de decisiones para permitir una adecuación de los tiempos de respuesta a los requerimientos del mercado.
- Se continuará la adaptación de los productos ofrecidos por CESCE a las necesidades de la empresa española, pues los condicionados de las pólizas de CESCE datan en gran medida de los años 70 y 80. CESCE intensificará su proceso de modernización de los condicionados para adaptarlos a las nuevas necesidades y para que resulten más atractivos para las empresas, al mismo tiempo que permitan un adecuado control del riesgo.
- CESCE tenderá a una estructura de cartera equilibrada y diversificada que le permita ofrecer un mayor volumen de financiación en aquellos mercados más demandados, dentro de una política de asunción de riesgos prudente.
- Se promoverá la creación de instrumentos de apoyo a la financiación empresarial, tanto bancarios como de capital riesgo, que faciliten la internacionalización de las empresas españolas y el crecimiento empresarial, de manera complementaria a los instrumentos financieros públicos de apoyo a la internacionalización ya existentes.
- Se reforzará por parte de COFIDES la financiación directa de proyectos en el exterior con estructuras de Project Finance o asimiladas, y se diseñarán productos de estructura compleja (con perfiles de amortización novedosos y plazos más largos) y con componente de co-inversión, garantizando adicionalidad.

En lo referente a la coordinación y divulgación:

- Se dotará de mayor visibilidad nacional e internacional al FIEM, definiendo un programa de comunicación del instrumento, elaborando folletos informativos en diferentes idiomas, impulsando su presencia y participación en foros internacionales, así como mejorando la accesibilidad y el contenido divulgativo de su página web.
- Se homogenizarán al máximo posible los requisitos solicitados por los distintos instrumentos de financiación o cobertura por cuenta del Estado, propiciando de este modo una mayor simplificación administrativa para la empresa española.
- Se creará un Grupo de Trabajo de Instrumentos Financieros Oficiales de Apoyo a la Internacionalización, liderado por el MINEICO a través de la Secretaría de Estado de Comercio, de acuerdo a lo establecido en el artículo 55.2 de la Ley 14/2013, de 27 de septiembre. De esta forma, se maximizará la complementariedad y las sinergias entre los distintos instrumentos e instituciones públicas que operan en este ámbito, prestando así entre todos un servicio de calidad y ajustado a las necesidades de las empresas en proceso de internacionalización.
- Se potenciará el asesoramiento financiero a la empresa española, ofreciendo orientación acerca del instrumento financiero que mejor se adapte a sus necesidades. Para ello, por parte de ICEX se pondrán en marcha nuevos servicios de asesoramiento financiero, servicios AFIN, y se organizarán seminarios y talleres en colaboración con las Direcciones Territoriales y Provinciales de Comercio y con determinadas OFECOMES, promoviendo una difusión conjunta por parte de todas las agencias gestoras de instrumentos financieros de apoyo oficial en actos organizados por la Secretaría de Estado de Comercio.

5.- Incorporar las mejores prácticas en materia de responsabilidad social corporativa (RSC) internacional en las empresas españolas.

- Se hará un esfuerzo de 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 y la actuación de las Oficinas Económicas y Comerciales como difusoras entre las empresas españolas de estas buenas prácticas y colaboradoras de la actuación del PNC.

- La RSC debe sustentarse en el principio de voluntariedad (códigos de conducta, buenas prácticas, etc.), salvo en los casos de obligaciones derivadas de convenios internacionales firmados por España. No debe obligarse a las empresas a asumir responsabilidades que corresponden a los estados y se debe evitar en todo caso una sobrecarga regulatoria que repercuta negativamente sobre su proceso de internacionalización

6.- Contribuir al cumplimiento de los compromisos internacionales asumidos por España en Naciones Unidas en materia de consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Se sensibilizará y apoyará a la empresa española para que, a través de su actividad internacional, se sitúe como referente. Desde ICEX, en colaboración con la AECID, se ofrecerá a la empresa capacitación especializada en materia de sostenibilidad de sus proyectos internacionales, para mejorar sus sistemas de reporte y medición de resultados, dar visibilidad a sus proyectos, comunicar mejor sus actuaciones a nivel global, etc. Todo ello redundará en una mayor competitividad de las empresas españolas en los procesos de licitación internacional, generará nuevas oportunidades de negocio en sectores o segmentos nuevos de mercado, y contribuirá a la mejora de la reputación internacional de la empresa frente a sus distintos grupos de interés.

B) Medidas dirigidas específicamente a startups

Gran parte de las *startups* nacen ya con vocación internacional y es importante que puedan conocer de primera mano a los principales agentes del entorno en el que se mueven, así como promocionarse y posicionarse fuera de nuestras fronteras para atraer a nuevos clientes. Las *startups* que acaban creciendo llegan a generar nuevos modelos de negocio con un alto grado de eficiencia que, por sí mismos, acaban facilitando la innovación y el crecimiento industrial, fomentando a su vez el fortalecimiento de las cadenas de valor que desarrollan su tecnología.

Es importante, por tanto, avanzar en acciones específicas dirigidas a este colectivo que tengan en cuenta sus peculiaridades. En concreto, se pondrán en marcha las siguientes acciones:

- Misiones directas e inversas específicas dirigidas a startups que reúnan una serie de condiciones. En ellas podrán contactar con los principales agentes de un determinado subsector y participar en actividades promocionales en destino.
- Misiones directas e inversas conjuntas en las que las *startups* reúnan una serie de condiciones vayan de la mano de empresas con las que ya hayan puesto en marcha acuerdos de colaboración.

C) Medidas dirigidas específicamente a las PYME

1.- Flexibilizar y adaptar a las PYME los instrumentos de financiación de la internacionalización.

- La nueva Línea de Pequeños Proyectos con cargo al Fondo de Internacionalización de la Empresa (FIEM), para operaciones que no excedan de 3 millones de euros, está orientada a proyectos de internacionalización de PYMES con el propósito de agilizar la tramitación y hacer más atractivo el instrumento para este tipo de empresas. Asimismo, esta línea permite financiar operaciones de inversión y de implantación de PYMES en el extranjero que no superen ese umbral.
- Se reforzará la especialización en financiación de la internacionalización de los medios humanos en las Direcciones Territoriales y Provinciales de Comercio, impulsando un sistema de trabajo centrado en la identificación de proyectos que puedan resultar de interés para empresas españolas, en especial de las PYMES, prestando especial atención a los proyectos susceptibles de internacionalización liderados por mujeres.
- Se impulsará la creación por parte de CESCE de una línea de riesgo deudor extranjero en operaciones de pequeño importe, con la que se procurará flexibilizar los criterios habituales de suscripción de riesgos y relativos a la aportación de información financiera.
- Se impulsará la difusión de los productos de CESCE para darlos a conocer en particular entre las PYME, a través de un refuerzo del marketing de producto y una mejor comunicación corporativa.
- Se creará en COFIDES un producto de capital y cuasicapital orientado a las PYME, que les ofrezca incentivos para que apuesten por un crecimiento en su tamaño basado en la actividad internacional. A través de este nuevo producto, PYME-Tamaño Internacional, COFIDES facilitará financiación suficiente de carácter participativo y a largo plazo que permita a las PYMEs aprovechar oportunidades en mercados con potencial de crecimiento y resistan mejor ciclos económicos adversos.
- Se promoverá la utilización del Convenio de Ajuste Recíproco de Intereses (CARI) en proyectos de pequeño importe, ofreciendo incentivos a las entidades financieras para que recurran a este instrumento de apoyo oficial particularmente en operaciones de internacionalización de PYMES.

- ENISA continuará apoyando proyectos de emprendimiento en su fase inicial, que es en la que a los emprendedores les resulta más difícil conseguir financiación bancaria tradicional, a través de dos líneas de financiación específicas: Jóvenes Emprendedores y Emprendedores.

Por otra parte, ENISA continuará ofreciendo la línea Competitividad para facilitar el acceso al crédito a empresas más maduras. Esta línea está adaptada tanto a las necesidades de las empresas que necesitan enfrentarse a unos mercados globales y competitivos, donde la variable dimensión resulta estratégica, como a las necesidades de financiación de empresas participadas por fondos de capital riesgo que necesitan un volumen importante de fondos para sus inversiones, para las cuales el paso obligado es la captación de recursos financieros en los mercados regulados, como son el MAB y el MARF (Mercado Alternativo de Renta Fija).

- En enero de 2017 se firmó un acuerdo entre el FEI (Fondo Europeo de Inversiones) y CERSA para facilitar el acceso a la financiación de las empresas del sector de las Industrias Culturales y Creativas. 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, respondiendo así a las necesidades específicas de financiación de este sector, que por desarrollar fundamentalmente activos de carácter intangible, encuentra mayores dificultades para ofrecer garantías suficientes a las entidades de crédito.

La línea generará en los próximos dos años 150 millones de euros en préstamos. Será canalizada por las 19 Sociedades de Garantía Recíproca a través de sus 60 oficinas en toda España, destacando en esta canalización el papel de CREA SGR.

- Con el fin de que las PYME puedan conocer y acceder a los instrumentos de financiación más adecuados para llevar a cabo sus proyectos de internacionalización, a través del programa AFIN del ICEX se reforzarán los servicios de asesoramiento financiero de ICEX a las PYME (servicios AFIN) adaptados a sus necesidades en cada mercado y que cubrirán tanto los instrumentos con apoyo oficial como otros mecanismos de financiación en el ámbito privado.

2.- Sensibilización a las PYME sobre la importancia de la internacionalización

Se reforzará el programa ICEX Dinamiza, desarrollado a través de las Direcciones Territoriales y Provinciales de Comercio, que sensibiliza a las PYME sobre la importancia de la internacionalización. Asimismo, se potenciarán los acuerdos con otras instituciones que permitan dar una mayor divulgación de las herramientas existentes y una mayor visibilidad a las ventajas de la internacionalización.

3.- Fomentar la cooperación entre PYME para abordar mercados internacionales, buscando fórmulas de agrupamiento flexibles y efectivas.

Para compensar su reducido tamaño, las PYME pueden optar por fórmulas de cooperación empresarial, asociándose de una u otra forma con otras empresas con el fin de favorecer el ahorro de costes, la movilidad geográfica y la flexibilidad contractual del modelo asociativo. Por ello, se fomentará el desarrollo de marcos de colaboración entre PYME, en la medida que integran y agrupan a empresas de diferentes tamaños para abordar los mercados exteriores.

4.- Impulsar el criterio de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres como factor valorable para acceder a las ayudas/préstamos concedidos por la AGE en materia de internacionalización. Se promociona así el acceso a la internacionalización de empresas lideradas por mujeres, atendiendo a la propuesta del Instituto para la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.

D) Medidas dirigidas a empresas de tamaño medio

- ICEX reforzará su participación en el programa Cre100do²⁰ (que agrupará a 100 de las 3.000 empresas españolas de tamaño medio y vocación de crecimiento), a fin de identificar posibles barreras a ese crecimiento, así como instrumentos que puedan serles de utilidad para alcanzar ese objetivo.

Las buenas prácticas de gestión empresarial para el crecimiento que se den a conocer en este programa serán difundidas a todo el colectivo de empresas españolas de tamaño medio.

- ICEX pondrá en marcha mecanismos que permitan identificar las posibles causas de la interrupción de la exportación de empresas de tamaño mediano.
- Se trabajará en la identificación de midcaps con potencial para la internacionalización, haciendo una evaluación ex ante de sus necesidades y diseñando medidas adecuadas a las mismas.
- Se creará en COFIDES un producto de capital y cuasicapital, por el que se ofrecerá financiación de carácter participativo y a largo plazo a empresas de mediana capitalización.

²⁰ Programa puesto en marcha por Fundación Bankinter, ICEX y Círculo de Empresarios para que, a través del incremento del valor añadido y de la competitividad, empresas medianas españolas con alto potencial den un salto cualitativo y se conviertan en grandes empresas, generando un efecto arrastre en muchas otras.

E) Medidas dirigidas a grandes empresas²¹

- Se fomentará la colaboración con grandes empresas internacionalizadas, de forma que actúen como tractoras de PYME y punta de lanza en la apertura de nuevos mercados. Para ello se trabajará con las empresas españolas que tienen capacidad de arrastre a través del programa ICEX Integra.
- Se potenciarán los programas ICEX Gran distribución, que tiene por objetivo incrementar el número de PYMES españolas incluidas en las redes de suministro de las compañías de distribución de talla mundial, e ICEX Sourcing, a través del cual se aporta a los operadores extranjeros información de primera mano sobre las empresas españolas y su contacto para poder satisfacer todas y cada una de sus necesidades profesionales.
- Se valorará la creación de la figura del Key Account Manager para empresas a partir de un determinado nivel de internacionalización. Este servicio les permitiría ser atendidas por un único interlocutor dentro del conjunto de las administraciones, y a su vez permitiría a las administraciones recibir información de estas empresas de forma más directa.

2. <u>Incorporar la innovación, la tecnología, la marca y la digitalización a la internacionalización.</u>
--

Sin duda, una línea de actuación de esta estrategia debe ir dirigida a señalar el papel fundamental de la innovación, de la tecnología, de la marca y de la digitalización en la internacionalización de nuestras empresas, aun cuando las políticas públicas de apoyo a estas materias escapen del ámbito de actuación de la Secretaría de Estado de Comercio.

*La **innovación** es condición sine qua non para exportar, para ganar en diferenciación y valor añadido. Las empresas han avanzado mucho en este terreno y hoy producen más y mejor, siendo capaces de exportar sus productos a mercados exteriores muy exigentes. El contexto de “innovación abierta” hace que la competitividad de las empresas se base en su capacidad para aplicar los mejores recursos a su proceso innovador, independientemente de donde procedan. Además, su posicionamiento en mercados domésticos no les garantiza la supervivencia como en el pasado; por ello, nuestras empresas se ven empujadas a cooperar, buscando los mejores socios en todo el mundo, que les permitan realizar sus procesos innovadores en condiciones óptimas y establecer a la vez alianzas para compartir mercados bajo sus respectivas influencias.*

²¹ Las medidas dirigidas a grandes empresas en general benefician de forma indirecta a las PYMES.

*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. El **nivel tecnológico** tiene efecto directo en la competitividad del país, por lo que 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.*

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 productos y servicios, pudiendo acceder así más fácilmente a los distintos mercados.

*Por su parte, la **marca** responde a la necesidad de diferenciarse en un mundo con multitud de productos similares en términos de tecnología, calidad 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, tanto para que los consumidores distingan y elijan sus productos, como para competir con otros productores con menores costes. 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.*

En esta línea, el Plan Estratégico 2017-2020 en materia de Propiedad Industrial, de la Oficina Española de Patentes y Marcas, pretende impulsar la diferenciación, especialización y mayor rendimiento del sistema productivo español para mejorar la posición competitiva de nuestras empresas en los mercados internacionales mediante el uso estratégico de los instrumentos de protección de la Propiedad Industrial.

*Por otra parte, para afrontar con éxito la internacionalización es también imprescindible dar un giro disruptivo para **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. Las empresas deben incorporar la agenda digital en sus modelos de negocio, para lo cual es esencial impulsar la formación del capital humano - se aborda en el eje siguiente -. El progreso de la industria 4.0 y la consolidación de las nuevas tecnologías en los negocios internacionales afectarán de forma muy sustancial a la gestión del talento en las organizaciones.*

La empresa española podrá ganar competitividad si aprovecha las oportunidades que ofrecen la tecnología, las redes sociales y las nuevas formas de comunicación para desarrollar nuevos productos 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. El apoyo a la digitalización de las organizaciones redundará en mayores beneficios y más presencia internacional de nuestras empresas.

1.- Innovación tecnológica e internacionalización.

La Estrategia Española de Ciencia, Tecnología e Innovación 2013-2020 define como uno de sus ejes transversales el apoyo a la internacionalización y promoción del Liderazgo internacional del Sistema Español de Ciencia, Tecnología e Innovación como factor de competitividad y diferenciación. Entre sus objetivos incluye el impulso del liderazgo empresarial en I+D+i, con el fin de potenciar las capacidades de I+D+i de las empresas y la incorporación de las PYME al proceso de innovación.

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 política de la Secretaría de Estado de Investigación, Desarrollo e Innovación (SEIDI) de participar en organismos e infraestructuras científicas y técnicas internacionales facilita a las empresas concurrir a las grandes licitaciones internacionales vinculadas con el mundo científico. Para ello, seguirá promocionando la formación de técnicos en grandes infraestructuras científicas y técnicas internacionales.

Por otra parte, en relación con las PYME, la SEIDI otorga el sello de PYME innovadora, con el que se reconoce el esfuerzo de aquellas empresas que hayan incorporado la innovación como un elemento de carácter estratégico que afecta a sus actividades de negocio y a su internacionalización.

El CDTI²², como agencia financiadora de la innovación, 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.

Con el fin de coordinar el apoyo institucional a la ciencia, a la tecnología y a la innovación en el ámbito internacional, el Informe sobre Diplomacia Científica, Tecnológica y de Innovación²³ recomienda que, en aquellas Embajadas que no cuenten

²² En el anexo V se detallan las actividades que realiza el CDTI.

²³ Informe publicado en agosto de 2016, elaborado por el Grupo Asesor para la Diplomacia Científica, Tecnológica y de Innovación creado por la Secretaría de Estado de Cooperación Internacional y para Iberoamérica (MAEC) y la Secretaría de Estado de Investigación, Desarrollo e Innovación (MINEICO), con representantes de los sectores interesados.

con Consejero sectorial Científico y Tecnológico, a los Consejeros Culturales se les acredite como Consejeros Culturales y Científicos, y a los Consejeros Económicos y Comerciales como Consejeros Económicos, Comerciales y Tecnológicos.

Asimismo, desde ICEX se impulsará la internacionalización de sectores punteros de alto contenido tecnológico como las industrias de la ciencia. Esta labor se sumará a la que se realiza en el campo de las tecnologías de la información y las comunicaciones, profundizando en su naturaleza transversal.

Por parte de la Secretaría de Estado para la Sociedad de la Información y la Agenda Digital se impulsará la colaboración con países de interés para la internacionalización del sector TIC, a través de la firma de Memorándum de Entendimiento que permitan favorecer el apalancamiento de la industria TIC en el exterior.

2.- Impulsar marcas españolas con valor añadido.

Para lograr el objetivo de impulsar marcas españolas con valor añadido que multipliquen la diferenciación necesaria, se favorecerá el posicionamiento de productos y servicios españoles en las cadenas globales de valor mediante programas que apoyen y faciliten la implicación y apoyo de marcas líderes en favor de las PYME, especialmente en mercados maduros.

Asimismo y sin olvidar que el mercado global se enfrenta a ciclos de vida de los productos más cortos, se valorará el desarrollo de programas que promuevan y apoyen nuevas marcas disruptivas adaptadas a las tendencias de los mercados que permita ofertar nuevas soluciones y productos.

3.- Contribuir a la transformación digital de las empresas españolas.

Durante los próximos años ningún sector podrá quedar al margen de la transformación digital, que modificará la forma de hacer negocios, los productos y servicios disponibles, los canales de venta o los mecanismos de relación con el consumidor. Los avances en materia de digitalización tienen un efecto transversal y multiplicador sobre un número importante de actividades clave en la economía. La Administración debe poder acompañar a las empresas en el proceso de transformación digital de su modelo de negocio.

- En este ámbito, Red.es, como entidad impulsora de la transformación digital dentro del Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital, tiene en marcha múltiples iniciativas de apoyo a la PYME en su proceso de digitalización, incluyendo programas de fomento del comercio electrónico así como líneas de apoyo a la consolidación del propio sector tecnológico. Asimismo ofrece sus canales y recursos para la internacionalización del sector TIC y la economía digital. Destaca el convenio entre Red.es e ICEX para el desarrollo de acciones de internacionalización

en materia de economía digital (misiones, formación, presencia en ferias) y el convenio, también entre Red.es e ICEX, para la gestión del Spain Tech Center.

- ICEX facilitará a las empresas el acceso a asesoramiento, contactos e instrumentos que les puedan ayudar a integrar las nuevas tecnologías en sus canales de comercialización, herramientas de marketing y procesos internos, así como en el desarrollo de nuevos productos, de forma que puedan aprovechar las oportunidades que en el nuevo entorno digital ofrecen tecnologías facilitadoras esenciales (Smart cities, Big data, IoT, ciberseguridad, etc).
- ICEX facilitará a las empresas el acceso a los mercados electrónicos a través de la nueva plataforma e-market services.
- Desde el ICEX se ayudará a las empresas españolas a posicionarse con una oferta atractiva en las principales plataformas internacionales de comercio electrónico, aprovechando las nuevas tecnologías para desarrollar instrumentos novedosos y eficaces de promoción comercial.
- En esta misma línea, para que la empresa española pueda aprovechar al máximo las oportunidades que ofrece la transformación digital, se impulsará la firma de disposiciones en los acuerdos comerciales de la UE que faciliten el desarrollo del negocio digital y del comercio electrónico.

3. Desarrollar el capital humano para la internacionalización.

Las Universidades y centros de Formación Profesional del sistema educativo español pueden aportar la formación más adecuada a todo el personal de las empresas, que en los próximos años se enfrentará a nuevos retos y desafíos en los que los rápidos avances tecnológicos exigirán a las empresas ser más competitivas. El progreso de la industria 4.0 y la consolidación de las tecnologías de la información transformarán las formas de establecer y desarrollar no solo las transacciones internacionales, sino todos los procesos del negocio internacional, afectando también a la gestión del talento en las organizaciones.

Se promoverá la participación equilibrada de mujeres y hombres en las diferentes actuaciones desarrolladas para mejorar la formación de capital humano especializado en internacionalización.

*Para poder desarrollar nuevas capacidades y crecer, nuestras empresas requieren **talento**. Los planes de atracción de talento extranjero son necesarios, si bien se deberían acompañar de una estrategia de retención de talento y de retorno / repatriación de talento, ya que son valores muy importantes a corto, medio y largo plazo.*

*Conscientes de esta realidad, desde la Administración se impulsarán las siguientes medidas que permitan la captación de talento y estimulen la cultura de la internacionalización y la **formación de capital humano especializado**:*

1.- Potenciar la formación en internacionalización utilizando las nuevas tecnologías.

La mayor parte de las empresas españolas necesitan formación de calidad en temas de internacionalización. Frente a esta enorme demanda, la oferta formativa en materia de internacionalización es muy escasa: aparte de los programas que imparte ICEX-CECO, el centenar de masters que se imparten en España en este sector apenas ofertan un total de 1.400 plazas por año.

En este marco, las nuevas tecnologías y metodologías de formación on-line permiten desarrollar programas específicos en un formato masivo y abierto, destinados a colectivos de profesionales interesados en la internacionalización de sus empresas. En 2016, ICEX-CECO impartió el primer MOOC²⁴ sobre estrategias de internacionalización, en el que se formaron de manera simultánea 2.500 alumnos. Se han identificado nuevas áreas en las que se seguirá utilizando esta metodología con los mismos estándares de calidad.

Paralelamente, se potenciará la difusión de los Programas Superiores, Programas “Executive”, Másteres y MBAs especializados en internacionalización de la empresa que se imparten en el campus virtual de ICEX-CECO: Gestión y dirección de negocios internacionales, Financiación de exportación e inversiones, Internacionalización digital y negocios electrónicos, Mercados multilaterales y gestión de proyectos multilaterales, Instrumentos oficiales de apoyo a la internacionalización, y Habilidades para los negocios internacionales.

También se potenciará la difusión de Grados y Máster universitarios, así como de los ciclos de Formación Profesional de Grado superior, relacionados con la internacionalización de la empresa.

Se ampliará la formación on-line a profesionales en materia de sistema aduanero y su normativa aplicada al comercio internacional, un sector que vive importantes cambios motivados por la entrada en vigor del nuevo Código Aduanero de la Unión Europea.

Se ampliará la formación en digitalización de la empresa, con nuevos programas online sobre “E-Commerce para la Internacionalización” ampliando así la oferta especializada en negocios digitales.

²⁴ MOOC: Massive On-line Open Course.

2.- Diversificar los perfiles de los Becarios ICEX para atender la demanda de nuevas competencias técnicas y digitales por parte de las empresas.

Las empresas cada vez demandan más perfiles tecnológicos con formación comercial internacional. Para adecuar la demanda de estos perfiles a la oferta de becarios ICEX disponibles se trabajará de manera especial en difundir la existencia de las Becas de Internacionalización entre los alumnos de las escuelas técnicas, ingenierías, ferias del sector y actos promocionales.

3.- Facilitar el acceso a los Fondos de Empleo de los diversos programas de formación en internacionalización y del programa de Becas de Internacionalización Empresarial de ICEX.

El sector exterior ofrece innumerables empleos de calidad para los jóvenes adecuadamente formados. Se realizarán las gestiones oportunas para que la formación en internacionalización sea considerada por los Fondos de Empleo como una formación transversal y, por tanto, el programa de becas pueda recibir recursos de los mismos.

4.- Incluir la internacionalización en las iniciativas de formación en economía digital.

Red.es incluirá la componente de internacionalización en las iniciativas de apoyo a la formación y empleo en economía digital que desarrolla o financia (formación para jóvenes, formación para el empleo, formación continua, formación para el emprendimiento). De esta forma, en dichos programas formativos se incluirán contenidos en materia de internacionalización, como complemento a la componente tecnológica y de emprendimiento.

5.- Consolidar y expandir los programas de estudiantes en prácticas en el ámbito de la internacionalización.

Estos programas están resultando de gran utilidad para que los estudiantes universitarios conozcan, en una fase temprana, las oportunidades de carrera que les ofrece el sector exterior tanto en empresas como en el sector público. Es importante consolidar la colaboración con las universidades españolas y expandir estos programas que complementan la formación universitaria con una experiencia práctica en España en el ámbito de la administración económica y comercial, para atraer el mejor talento de la universidad.

Asimismo, se promoverá e incentivará el aumento de la demanda y la participación en el marco del programa Erasmus+ de la Unión Europea, que facilita la realización de prácticas en empresas en países de Europa para estudiantes de Formación Profesional, y del cual se benefician anualmente más de 9.000 participantes de nuestro país.

6.- Intensificar los programas de formación para estudiantes internacionales.

Se ampliarán los programas que actualmente se vienen desarrollando con instituciones educativas de países para los que España es un socio estratégico, como respuesta al interés de sus estudiantes por especializar su carrera internacional de la mano de instituciones españolas de prestigio. Esta es una herramienta que permite dar a conocer nuestros sectores y empresas a través de experiencias prácticas, facilitando una mejor comprensión de la cultura empresarial y la forma de hacer negocios con nuestro país. El Ministerio de Empleo y Seguridad Social tiene previsto colaborar en esta materia con el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte y, en concreto, con el Servicio Español para la Internacionalización de la Educación (SEPIE).

7.- Se potenciará también la colaboración ya existente en materia de internacionalización del sistema universitario español, para mejorar la presencia y la imagen del sistema universitario español en todo tipo de ferias y eventos de promoción educativa y captación de estudiantes, sobre todo las coorganizadas con el SEPIE, en particular aquellas derivadas del desarrollo del portal *Study in Spain*.

8.- Refuerzo del Programa de Movilidad Internacional para la atracción de talento.

Manteniendo los objetivos que en materia de atracción de talento recoge la Ley 14/2013, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización, se continuará dando a conocer el marco normativo para facilitar la entrada y residencia en nuestro país de profesionales altamente cualificados, emprendedores, trasladados intraempresariales, investigadores e inversores extranjeros, a través de la actualización de la web, de folletos y de la creación de nuevos programas de comunicación que serán planteados y difundidos de forma conjunta por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social, el Ministerio del Interior, el Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación, y el Ministerio de Economía, Industria y Competitividad.

Se valorará la elaboración conjunta de un Plan de Comunicación para dirigir estas actividades de difusión a los potenciales beneficiarios de la ley, así como a aquellas organizaciones e instituciones tanto públicas como del ámbito privado que poseen una mejor y mayor capacidad de llegar al mayor número de potenciales beneficiarios. En la difusión de este Plan de Comunicación participarán, entre otras, las Oficinas Económicas y Comerciales y las Direcciones Territoriales y Provinciales de Comercio, fortaleciendo la colaboración de las Consejerías de Empleo y Seguridad Social en la difusión de este programa.

En colaboración con el Ministerio de Empleo y Seguridad Social y el SEPIE, se 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.

Finalmente, el Ministerio de Empleo y Seguridad Social seguirá colaborando activamente con la Unión Europea en temas relativos a la movilidad internacional en los siguientes asuntos: la Directiva Blue Card, que permite a los ciudadanos no comunitarios altamente cualificados trabajar y vivir en la Unión Europea, la ampliación de la tarjeta profesional europea a otras profesiones y la transposición de la nueva Directiva de estudiantes (Directiva (UE) 2016/801 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de mayo de 2016, relativa 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).

9.- Impulsar la red de talento internacional.

La Estrategia de Internacionalización de la Universidad Española ha supuesto desde su aprobación en el año 2014 la existencia de un marco de colaboración y desarrollo de sinergias entre todos los actores implicados en la internacionalización de la educación superior española, con el firme objetivo de ofrecer una formación de calidad e internacionalizada, capaz de atraer talento y fomentar la existencia de un capital humano óptimo para un modelo económico y productivo abierto a la internacionalización. Fruto de esta Estrategia se han desarrollado iniciativas clave como el Convenio para facilitar la llegada de estudiantes, profesores e investigadores extranjeros²⁵; o el Plan de Comunicación y Promoción de la Acción Educativa del Sistema Universitario Español en el Exterior del SEPIE, un ambicioso plan de internacionalización de la imagen de España en el ámbito educativo con el firme objetivo de mejorar la promoción de calidad y el posicionamiento del Sistema Universitario Español a través de la internacionalización, y en consecuencia la atracción de estudiantes y talento hacia las universidades españolas, así como el fomento de la movilidad internacional.

En el año 2017 se han cumplido 30 años del programa Erasmus, que ha facilitado desde su inicio la formación en Europa de más de un millón de españoles de todos los sectores educativos, y que ha posicionado a España como destino favorito de este programa desde el año 2001. La participación de España en este programa seguirá siendo una prioridad para nuestro país, con un presupuesto que se espera que alcance los 200 millones de euros en 2018.

La trayectoria de más de cuarenta años del programa de Becas ICEX ha generado una red de más de 5.000 profesionales formados en internacionalización, muchos de los

²⁵ Convenio firmado entre el Ministerio de Empleo y Seguridad Social, el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, el Servicio Español para la Internacionalización de la Educación (SEPIE), el Ministerio del Interior, el Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación, el Ministerio de Hacienda y Función Pública y el ICEX.

cuales ocupan puestos destacados en empresas y organizaciones en todo el mundo. Acaba de crearse una red global en el seno de la Asociación de Antiguos Becarios ICEX (ICEX Alumni) con la que se trabajará para generar nuevas ideas e iniciativas de valor en materia de formación e internacionalización y para ayudar a las empresas españolas en su proceso de internacionalización.

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

*Para que la actividad exportadora de nuestras empresas se desarrolle de la forma más fluida posible, resulta de vital importancia contar con mercados cada vez más abiertos en los que se respeten las reglas de las que nos hemos dotado. Para ello, la política comercial común debe continuar desarrollándose a través de la firma de **acuerdos comerciales con terceros países**, que es uno de sus ejes fundamentales, y que son objeto de interés creciente por parte de las empresas y de la sociedad civil. Desde la Dirección General de Comercio Internacional e Inversiones (DG COMINVER) se seguirá trabajando para que estos acuerdos reflejen mejor los intereses y necesidades españoles, siendo para ello fundamental aumentar nuestra capacidad de influencia en la UE y en la OMC²⁶. Asimismo, diseñaremos la mejor manera de dar a conocer a nuestras empresas los beneficios de estos acuerdos y los mecanismos para aprovecharlos, impulsando a la Comisión Europea a que realice un adecuado seguimiento de su correcta aplicación.*

*El sector privado señala como uno de los principales retos la **detección y eliminación de barreras arancelarias y no arancelarias**, siendo los acuerdos comerciales uno de los principales instrumentos para lograrlo. La Secretaría de Estado de Comercio, en colaboración con las empresas, continuará luchando para identificar y eliminar estas barreras.*

También es de vital importancia aumentar la capacidad de influencia de España en otros foros internacionales como la OCDE, la UNCTAD, las diferentes Instituciones Financieras Internacionales (IFIS), las Naciones Unidas y otros organismos internacionales de carácter sectorial²⁷.

*Desde el sector público se debe continuar fomentando la participación de empresas españolas en **proyectos financiados por las IFIs** y en los proyectos promovidos a través de los instrumentos de **ayuda externa de la UE**, así como ayudar a nuestras empresas a superar las barreras encontradas en licitaciones y compras públicas de organismos multilaterales.*

²⁶ El Anexo III recoge la participación española en la política comercial de la UE y en la OMC.

²⁷ El Anexo IV se refiere a la participación española en las Instituciones Multilaterales.

Para perseguir los objetivos establecidos en este eje se realizarán las siguientes actuaciones:

1.- Continuar impulsando la firma de acuerdos comerciales y de inversiones de la UE con terceros países que reflejen adecuadamente los intereses españoles. En el bienio 2017-2018, las prioridades serán los acuerdos comerciales con Mercosur, Japón y México, así como el acuerdo de inversiones con China e India.

La prioridad es que los nuevos acuerdos comerciales sean cada vez más ambiciosos, se implementen plenamente y den respuesta a los problemas a los que se enfrentan las empresas españolas, no solo en el ámbito arancelario y de reglas de origen, sino también en la lucha contra las barreras no arancelarias, la protección de las indicaciones geográficas y de la propiedad intelectual, la apertura del mercado de servicios, la mayor facilidad para participar en licitaciones en terceros mercados, una mayor protección a las inversiones, y una mayor convergencia regulatoria a través del impulso del mutuo reconocimiento de los sistemas regulatorios de las partes para facilitar el acceso a los respectivos mercados, en especial con aquellos países con los que una regulación común pueda contribuir a la generalización de estándares internacionales de interés para la UE.

2.- Dentro del ámbito de los acuerdos negociados en el marco de la OMC, se impulsará la conclusión del Acuerdo sobre el Comercio Internacional de Servicios (TISA según sus siglas en inglés), que engloba en su ámbito a países que representan aproximadamente el 75% del comercio mundial de servicios.

3.- Instaurar un sistema de información eficaz para dar a conocer a las empresas los beneficios de los acuerdos comerciales firmados por la UE con terceros países y los mecanismos para aprovecharlos. Para ello:

- Se orientará a la Comisión Europea de forma que sus “Guías de acuerdos comerciales para PYME” se adapten a los intereses de las empresas españolas.
- Se realizarán seminarios y jornadas por parte de la Secretaría de Estado de Comercio - tanto desde servicios centrales como desde las Direcciones Territoriales y Provinciales de Comercio y Oficinas Económicas y Comerciales -, así como desde otros organismos e instituciones, para difundir al mayor número de empresas las ventajas que para ellas se derivan de los acuerdos comerciales.
- En el seno de la DG COMINVER, se crearán comités sectoriales en los que se facilitará información práctica y focalizada sobre las oportunidades que ofrecen los acuerdos comerciales negociados o en negociación por la UE, así como cuestiones de política comercial en general.

4.- Continuar y potenciar la utilización de los sistemas de detección de las barreras comerciales y a la inversión, e intensificar la eficaz y pronta eliminación de barreras, utilizando todos los medios bilaterales y multilaterales que estén a nuestro alcance. Para ello, se pondrán en marcha las siguientes actuaciones:

- Impulsar las estrategias e instrumentos que lleven a una mejora en la detección y solución de los obstáculos comerciales, en el contexto de la negociación y la aplicación de los Acuerdos de Libre Comercio de la UE y de su renovada Estrategia de Acceso a Mercados.
- Mejorar el portal de barreras comerciales de la Secretaría de Estado de Comercio www.barrerascomerciales.es para hacerlo más operativo, dando visibilidad también al trabajo que se está realizando desde la DG COMINVER para eliminarlas.
- Aprovechar las oportunidades de eliminación de barreras que se nos brinden en el marco del Acuerdo de Facilitación de Comercio y en otros marcos de la Organización Mundial del Comercio, como el GATT (Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio), GATS (Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios), el TRIPS (Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de la Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio), el Acuerdo de Contratación Pública, etc.

5.- Mejorar la comunicación entre la Administración y las empresas sobre la difusión del régimen de sanciones internacionales aplicable.

6.- Desarrollar el régimen legal para la aplicación de sanciones comerciales en el ámbito del comercio de servicios, ya que la legislación actual (Ley Órgánica 12/1995, de 12 de diciembre, de Represión del Contrabando y Ley 19/2003, de 4 de julio, sobre régimen jurídico de los movimientos de capitales y de las transacciones económicas con el exterior y sobre determinadas medidas de prevención del blanqueo de capitales) no contempla expresamente la existencia de sanciones comerciales en el ámbito del comercio de servicios ni de las inversiones.

7.- Aumentar nuestra capacidad de influencia ante las instituciones de la UE, reforzando las relaciones con dichas instituciones. Para ello:

- Se reforzará la coordinación de las distintas áreas de la administración española ante la Comisión Europea, así como 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, con objeto de evitar solapamientos y duplicidades en la programación de actividades que, en última

instancia, restan impacto a nuestras actuaciones y repercuten negativamente en las PYME españolas.²⁸

- Se llevarán a cabo reuniones periódicas con representantes de la Delegación de la UE en España.
- 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 como expertos nacionales en la Comisión. Se explorará la posibilidad de enviar becarios.
- Se explotarán las oportunidades que para la internacionalización de empresas españolas ofrece la designación de COFIDES como entidad acreditada para llevar a cabo la cooperación delegada de la Ayuda Externa de la Unión Europea.

8.- Mejorar el acceso de nuestras empresas a licitaciones de IFIs, de la UE, de las agencias de Naciones Unidas y de otros organismos multilaterales. Para ello es preciso:

- Proporcionar asesoramiento y formación a las empresas sobre los procesos de licitación, en ocasiones, muy complejos. Esto se concretará tanto en partenariados multilaterales en los diferentes mercados de destino, como en jornadas a celebrar en España, con activa participación de las Antenas ICEX ante cada una de las instituciones implicadas.
- Potenciar las herramientas de difusión de información sobre proyectos y licitaciones internacionales -como el programa de Oportunidades de Negocio de ICEX- y sobre los instrumentos oficiales de apoyo a la internacionalización.
- Para conocer con mayor antelación los proyectos que están en la cartera de las IFIs y de la UE, se reforzará la coordinación entre los diferentes departamentos de la Administración del Estado con competencia en esas instituciones 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.
- Ampliar la presencia de personal español en las IFIs, incluyendo los becarios Fase II de ICEX, contando con la colaboración de otras áreas implicadas de la Administración del Estado.
- Identificar proyectos en la cartera de las IFIs o de la ayuda externa de la UE que puedan ser cofinanciados por el Fondo para la Internacionalización de la Empresa (FIEM) o por COFIDES. Se reforzará la coordinación en el marco de la financiación “blending” para la identificación de proyectos de interés para las

²⁸ 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

empresas españolas, para que puedan también acceder a las oportunidades de negocio que se derivan de los instrumentos de acción exterior de la UE y de los bancos de desarrollo.

- Flexibilizar la Línea FIEM-Facilidades UE con cargo al FIEM, propiciando un mejor acceso de las empresas españolas a los recursos para la ayuda externa de la Unión Europea y asegurando que compiten en igualdad de condiciones con sus homólogas comunitarias. La línea FIEM-Facilidades UE se renovará con un mínimo de 50 M€ una vez se complete la ejecución de los 50 M€ iniciales con los que se creó. Anualmente, se elaborará un programa de gestión de los Instrumentos de Ayuda Externa de la Unión Europea para conseguir una adecuada participación de las empresas españolas en la cartera de proyectos promovidos por la UE.
- Ampliar desde ICO el canal internacional como vehículo de intermediación, consolidando el proceso de apertura del canal de distribución de sus fondos para la internacionalización a las IFIs como contrapartidas que operen en aquellos mercados donde las empresas españolas tengan más presencia activa comercial o de inversión. Asimismo, ICO proporcionará financiación en moneda local de proyectos de inversión, y potenciará la utilización del Fondo Europeo de Inversiones Estratégicas bajo una actuación coordinada con otros Bancos Promocionales Europeos y el Grupo BEI.
- Reforzar las labores de información y asesoramiento a empresas y asociaciones de exportadores sobre el acceso a la cofinanciación que ofrecen los diversos fondos de la UE con los que están dotados las políticas y los programas de internacionalización y promoción exterior.

9.- Seguir negociando APPRI, CDI y Convenios sobre Seguridad Social, y agilizar su tramitación.

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 un papel en los acuerdos negociados antes del Tratado de Lisboa y 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 (APPRI) en vigor.

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 permiten establecer un marco de seguridad jurídica en el ámbito fiscal para las inversiones. También sirven para mejorar la rentabilidad fiscal de las inversiones realizadas en los países con los que exista este tipo de convenio.

Los Convenios bilaterales de Seguridad Social contribuyen a la internacionalización de la empresa, ya que establecen un marco normativo entre los estados que facilita el desplazamiento de trabajadores y su protección social. España tiene en vigor 23 Convenios bilaterales de Seguridad Social, además del Convenio Multilateral Iberoamericano de Seguridad Social, aplicable en 11 países, y de los Reglamentos Comunitarios en materia de Seguridad Social aplicables en 33 países.

En estos ámbitos se pondrán en marcha las siguientes medidas:

- Llevar a cabo la actualización del modelo de APPRI español existente para incorporar las últimas tendencias en materia de protección de inversiones en la UE. Adicionalmente, se continuará el seguimiento de aquellos APPRIs ya firmados y pendientes de entrada en vigor, con el fin de agilizar su tramitación.
- El Ministerio de Hacienda y Función Pública, a través de la DG de Tributos, continuará impulsando la extensión de la red de CDIs firmados por España, así como la renegociación de aquellos convenios que requieren una actualización por tratarse de convenios antiguos.
- En materia de convenios de Seguridad Social, el Ministerio de Empleo y Seguridad Social iniciará propuestas de convenio bilateral con aquellos países que puedan ser de mayor interés para las empresas españolas que buscan o quieren consolidar nuevos mercados. Asimismo, se revisarán los convenios ya existentes con algunos países, incidiendo especialmente en la ampliación de los periodos de desplazamiento de los trabajadores (lo que permite a las empresas, y a los trabajadores que éstas desplazan, mantener el vínculo con la Seguridad Social española por más tiempo, no teniendo que cotizar en el país de destino).

10.- Participar activamente en los trabajos que a nivel multilateral se están desarrollando en la OCDE, UNCTAD, G20, y OMC para crear un Marco de Facilitación de Inversiones y un Tribunal Multilateral de Inversiones.

5. <u>Potenciar la captación y consolidación de la inversión extranjera de alto valor añadido.</u>
--

*En un contexto marcado por la globalización de los flujos comerciales, financieros y de personas, la actividad regulatoria cobra protagonismo a la hora de aumentar el atractivo de un país como destino de inversiones. Es preciso, por tanto, conseguir un **entorno regulatorio cada vez más favorable** para el clima de negocios y el entorno empresarial. Este es uno de los objetivos del Gobierno que, entre otros aspectos, 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.

*Teniendo en cuenta la incertidumbre a nivel global (con crecientes tendencias proteccionistas, negociaciones del Brexit, etc.) y la creciente competencia entre los países de nuestro entorno por la captación de inversiones, es necesario continuar trabajando desde el sector público para **atraer inversión extranjera a nuestro país**. Para ello, desde las distintas instancias implicadas y especialmente desde ICEX-Invest in Spain se pondrán en marcha las siguientes medidas:*

1.- Desarrollo de un programa de captación activa de proyectos de inversión extranjera en países y sectores prioritarios /estratégicos.

A lo largo de los próximos dos años se va a desarrollar un programa de captación en destino de inversiones industriales, tecnológicas y de servicios, a través de reuniones en las sedes de las empresas extranjeras identificadas como potenciales inversoras en España.

Este trabajo de identificación y de concertación de las reuniones será realizado por las Oficinas Económicas y Comerciales en los mercados considerados prioritarios (Japón, China, India, Corea y Singapur en Asia; EEUU, Canadá, México, Colombia, Chile, y Brasil en América, 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 (incluyendo automoción, químico, TICs, salud, aeronáutico, energía y medioambiente...) y servicios transnacionales (finanzas, centros de servicios compartidos, turismo...).

2.- Puesta en marcha de un plan de promoción de España como plataforma global de negocios e inversiones.

Se pondrá en marcha un programa de acciones de promoción en países-objetivo, en coordinación con las diversas entidades públicas españolas con competencias en materia regulatoria y de incentivos, encaminadas a posicionar España como plataforma de inversiones ante entidades financieras y fondos, ante empresas facilitadoras/prescriptoras y ante inversores industriales, tecnológicos y de servicios.

3.- Refuerzo del Plan de Sedes, centrado en América Latina con objeto de atraer a España inversión de la región.

Se trabajará con las Oficinas Económicas y Comerciales para redoblar los contactos con grandes grupos industriales que estén invirtiendo fuera de la región y que todavía no hayan invertido en España.

Asimismo, ICEX Invest in Spain lanzará la publicación “Global Latam: series sobre IED”, dedicada a analizar los flujos de IED de Latinoamérica. Esta publicación será una herramienta que contribuya a realizar un seguimiento sistemático de los flujos de

inversión de la región y, por ende, que permita conocer qué empresas latinoamericanas se están internacionalizando para intentar atraer su inversión a España.

4.- Potenciación de los programas de apoyo a las inversiones tecnológicas y al emprendimiento en sectores /actividades innovadores.

Se dará continuidad al programa de inversiones de empresas extranjeras en actividades de I+D, dotado con 14 millones de euros para el período 2015-2021. Es un programa con el que se logra movilizar una inversión importante y generar por tanto empleo.

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 de instrumentos públicos de apoyo al emprendimiento que ya existen con un nuevo programa dirigido precisamente a atraer talento y emprendimiento internacional. El objetivo de este programa es contribuir a aumentar y enriquecer el ecosistema de emprendimiento español, generando sinergias con emprendedores y startups españolas y posicionando España como hub tecnológico.

6. <u>Reforzar la coordinación y complementariedad de acciones entre todos los actores relevantes en materia de internacionalización.</u>
--

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 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.

*Desde la Secretaría de Estado de Comercio se pretende, por tanto, centrar 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 ofrecer el mejor servicio posible a las empresas españolas. Así, las actuaciones de los planes de acción se regirán por los **principios de coherencia y coordinación** de las Administraciones Públicas y **complementariedad** con la actuación del sector privado que establece dicha ley.*

*La multiplicidad de actores y la diversidad de actuaciones y servicios en fomento de la internacionalización hacen necesario que el **refuerzo de la colaboración y coordinación** sea una de las líneas de actuación prioritarias de la Estrategia 2017-27 y del Plan 2017-18. Esta colaboración tiene como finalidad un ahorro de costes, la racionalización de*

recursos y una mayor cohesión en la imagen-país que se transmite. 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 (por ejemplo OCM, FEDER, FSE...).

Para ello han de reforzarse los mecanismo de diálogo e intercambio de información existentes, como el Consejo Interterritorial de Internacionalización en el caso de la colaboración con las CCAA y el Grupo ad-hoc de consulta con el sector privado creado en el marco del Plan Estratégico 2014-15, cuyo principal objetivo es dar voz al sector privado, representado fundamentalmente por Asociaciones de Exportadores, Organizaciones Empresariales y Cámaras de Comercio, en la definición y ejecución de la Estrategia para la Internacionalización.

Las actuaciones previstas se centran en los siguientes ámbitos:

- 1.- Avanzar en la imbricación de la red de Oficinas Económicas y Comerciales con la red de Direcciones Territoriales y Provincial de Comercio, con el fin de aprovechar el potencial derivado de la mayor proximidad al tejido empresarial de esta última, permitiendo así una mejor atención al sector exportador.
- 2.- Reforzar la coordinación entre las Oficinas Económicas y Comerciales y las Consejerías y Agregadurías sectoriales de los diferentes ministerios en las actividades relacionadas con el comercio y la inversión exterior mediante reuniones periódicas de coordinación convocadas por el Embajador.
- 3.- Reforzar la coordinación entre los diferentes ministerios con actividad en materia de internacionalización impulsando el Grupo Interministerial de Apoyo a la Internacionalización y sus grupos de trabajo. El Anexo II recoge en detalle los grupos de trabajo existentes. Resulta esencial compartir planes y estrategias de acción, velando por que sean coherentes entre sí. Se compartirá también el calendario de actividades para buscar sinergias y evitar duplicidades, incluyendo compartir información en el marco de dichos grupos sobre acuerdos de colaboración firmados, planes sectoriales e iniciativas de internacionalización²⁹.
- 4.- Vincular en la medida de lo posible la agenda institucional y los viajes oficiales de altos cargos al extranjero con el apoyo a misiones sectoriales (misiones directas/inversas a través de la colaboración institucional con seguimiento a medio-largo plazo), presencia en ferias, etc.
- 5.- Mejorar la colaboración entre las diferentes administraciones que actúan en el apoyo a la internacionalización, con el fin de evitar duplicidades y solapamientos,

²⁹ El Anexo V incluye las referencias a la participación de los departamentos ministeriales en la internacionalización, mientras que el Anexo VI recoge los planes de actuación de los departamentos ministeriales que incluyen actividades de internacionalización.

buscando sinergias y complementariedades, así como simplificar los servicios para las empresas.

6.- Impulsar el papel del sector privado en la definición y ejecución de la estrategia de internacionalización. Es preciso destacar la oportunidad de contar con el activo de las organizaciones empresariales que trabajan en materia de internacionalización: las organizaciones empresariales sectoriales, las especializadas en internacionalización, las patronales y las camerales. Todas ellas han sido protagonistas, junto con el sector público, del impulso de la internacionalización de nuestra economía en los últimos años. Buscar una comunicación más fluida con ellas en el marco del Grupo ad-hoc con el sector privado es uno de los objetivos de este plan.

7.- Se fomentará una mayor coordinación entre las Cámaras Oficiales de Comercio españolas en el extranjero y las Oficinas Económicas y Comerciales correspondientes, así como entre las Cámaras de Comercio en España y las Direcciones Territoriales y Provinciales de Comercio.

8.- Fomentar la colaboración público-privada en materia de información y difusión de los diferentes instrumentos de apoyo a la internacionalización disponibles a nivel local, provincial, autonómico y estatal.

9.- Favorecer la interrelación entre los diversos organismos mediante herramientas tecnológicas que fomenten la colaboración y contribuyan a la simplificación de trámites de cara a las empresas: integrando los sistemas de soporte, mediante plataformas de videoconferencia, compartiendo información y bases de datos, etc.

VIII. EJECUCIÓN Y EVALUACIÓN

El Grupo Interministerial de Apoyo a la Internacionalización de la Empresa Española, que preside la Secretaría de Estado de Comercio, revisará periódicamente el grado de ejecución de las distintas medidas previstas en el Plan 2017-18. Un análisis similar se realizará en el marco del Consejo Interterritorial de Internacionalización y del Grupo ad hoc con el sector privado.

La Estrategia de Internacionalización 2017-27 incorporará un sistema de evaluación que permita 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. El anexo VII ³⁰ incluye, a título de ejemplo, una serie de indicadores asociados a los distintos objetivos, clasificados por ejes. El sistema de evaluación que desarrollará la SEC permitirá, entre otros aspectos, incorporar indicadores adicionales que permitan realizar una valoración en profundidad de la estrategia y sus planes.

Todo ello servirá de base para la elaboración de los sucesivos planes de acción bienales previstos en la Ley 14/2013, de 27 de septiembre.

Este sistema de evaluación será dirigido por la Secretaría de Estado de Comercio, en consulta con las instituciones implicadas en su ejecución, particularmente con ICEX.

El sistema de evaluación comprenderá:

- Seguimiento de la evolución de los indicadores al terminar cada plan de acción.
- 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 asociados.
- 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.

³⁰ Se trata de una lista preliminar no exhaustiva.

- Revisión a medio camino- a los cinco años- en profundidad de la estrategia a diez años.

Al incorporar un sistema de evaluación como el descrito se busca contar con un instrumento que permita realizar un seguimiento y valoración tanto cuantitativa como cualitativa de esta estrategia, con el objetivo último de impulsar aquellos cambios o medidas de mejora que puedan resultar necesarias. No obstante, muchos de los factores y variables que tienen impacto en el ámbito de la internacionalización de la economía escapan al ámbito de actuación de dicha estrategia y del propio Gobierno, siendo necesario tener en cuenta este extremo a efectos de realizar la evaluación del efecto que la estrategia pueda tener sobre la internacionalización de la economía española.

ANEXOS

ANEXO I: CUADRO DE INDICADORES ASOCIADOS A LOS RETOS DE LA ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACION 2017 - 2027

RETOS E INDICADORES	2016
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)	254.530
Indicador 1.2: Crecimiento real de las exportaciones de bienes respecto al ejercicio anterior (%) (2)	1,7%
Indicador 1.3: Cuota de mercado en las importaciones de bienes y servicios que realizan el mundo, la UE-27, la zona euro, las principales economías de la UE (%) (1)	Mundial: 1,80 UE-27: 3,59 UEM-17: 3,99 Alemania: 2,85 Francia: 7,01 Italia: 5,34 Reino Unido: 3,41
Indicador 1.4: Peso de las exportaciones de bienes y servicios sobre el PIB de la economía española (%) (2) (3)	33,1
2. Conseguir que 60.000 empresas exporten regularmente en 2027	
Indicador 2.1: Número de empresas exportadoras (1)	148.794
Indicador 2.2: Número de empresas que exportan regularmente (1)	49.792
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)	64.726
Indicador 3.2: Monto de los contratos adjudicados en licitaciones internacionales y financiados por Instituciones Financieras Internacionales (M€) (4)	37.357
Indicador 3.3: Monto de los contratos adjudicados a empresas españolas en licitaciones de Instituciones Financieras Internacionales (M€) (4)	1.721
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)	4,6
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)*	387.315
Indicador 4.2: Stock de inversión extranjera en España en relación al PIB español (%) (5)*	44,71
Indicador 4.3: Stock de inversión extranjera en España en relación al stock de inversión mundial (%) (6)*	2,13
Indicador 4.4: Inversión bruta extranjera en España (M€) (5)	23.476
Indicador 4.5: Inversión bruta extranjera con relación al PIB español (%) (5)	1,59

(1) Fuente: SG Evaluación Instrumentos de Política Comercial, Secretaría de Estado de Comercio. M^o Economía, Industria y Competitividad.

(2) Fuente: EUROSTAT.

- (3) *El PIB en 2016 fue prácticamente idéntico a precios corrientes al de 2008.*
- (4) *Fuente: Elaboración propias de la Subdirección General de Análisis y Estrategia de Internacionalización. Secretaría de Estado de Comercio. Mº Economía, Industria y Competitividad.*
- (5) *Fuente: Registro de Inversiones Exteriores. Secretaría de Estado de Comercio. Mº Economía, Industria y Competitividad*
- (6) *Fuente: UNCTAD*
() Datos 2015*

ANEXO II: DESCRIPCIÓN DE LOS INSTRUMENTOS DE APOYO A LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA EN EL ÁMBITO DEL MINISTERIO DE ECONOMÍA, INDUSTRIA Y COMPETITIVIDAD (MINEICO)

La Ley 14/2013, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización, establece en sus artículos 52 a 55 los instrumentos y organismos comerciales especializados de apoyo a la internacionalización de la economía y la empresa, así como los que integran el sistema español de apoyo financiero oficial a la internacionalización de la empresa.

La ley (artº 52) distingue entre los instrumentos de apoyo a la internacionalización en el ámbito de la **Administración General del Estado: Red Exterior, Red Territorial e ICEX España Exportación e Inversiones** y otros instrumentos como **las Cámaras de Comercio Españolas en el Extranjero** que hayan sido reconocidas oficialmente.

Se describen brevemente a continuación los instrumentos y organismos comerciales especializados de apoyo a la internacionalización.

RED EXTERIOR Y TERRITORIAL DE LA SECRETARÍA DE ESTADO DE COMERCIO

La ley, en su artículo 53, destaca por su relevancia la Red Exterior y Territorial de la Secretaría de Estado de Comercio del MINEICO como soporte básico en el proceso de internacionalización de las empresas y emprendedores por su proximidad a los mercados de origen y destino.

- a) **Red Exterior:** Está constituida por la Red de 100 **Oficinas Económicas y Comerciales en el exterior**, integradas en las Misiones Diplomáticas Permanentes de España. Dependen funcional y administrativamente de la Secretaría de Estado de Comercio, sin perjuicio de la dependencia jerárquica de los Jefes de la Misión Diplomática respectiva. Constituyen un instrumento fundamental de apoyo a las administraciones públicas españolas en sus políticas de internacionalización de la empresa, de la política comercial y de inversiones exteriores en la medida que:
- o **ofrecen apoyo institucional** a las empresas españolas exportadoras e inversoras en esos mercados, prestando asistencia e información a empresas españolas para participar en licitaciones internacionales convocadas por las autoridades del país o países de su demarcación y a empresas interesadas en invertir o implantarse en esos mercados.
 - o desempeñan funciones de **información y asesoramiento** sobre esos mercados, su legislación, especificidades, acuerdos comerciales existentes con la UE (en el caso de tratarse de países terceros), barreras comerciales, etc. desarrollan

funciones de promoción, tanto de nuestra oferta exportadora como de España como país atractivo para la inversión exterior, a través de la ejecución y desarrollo de los instrumentos y programas de ICEX España Exportación e Inversiones en los países de destino (servicios personalizados a medida de las empresas, organización de misiones comerciales, foros de inversiones, etc).

- o **coordinan su actividad promocional** con las **Cámaras de Comercio españolas** en el exterior reconocidas oficialmente como entidades colaboradoras en materia de internacionalización;
 - o **colaboran o cooperan**, en caso de ser solicitada su intervención, con las **instituciones de ámbito autonómico** de apoyo a la internacionalización en los países de su demarcación en actividades de promoción desempeñadas por éstas.
 - o informan y hacen seguimiento de **aspectos multilaterales**, con especial atención a los proyectos desarrollados con financiación de instituciones multilaterales de carácter económico o comercial de las que España es miembro, apoyando las gestiones de las empresas españolas en estos organismos.
 - o realizan **funciones de formación** para introducirse en esos mercados, a través de Jornadas y Seminarios presenciales en los países de destino, o bien mediante medios audiovisuales.
- b) Red Territorial:** la constituyen las **Direcciones Territoriales y Provinciales de Comercio**, reguladas por el Real Decreto 1456/2005, de 2 de diciembre, que dependen orgánicamente del Ministerio de Economía, Industria, y Competitividad a través de la Secretaría de Estado de Comercio y, funcionalmente, de los órganos superiores o directivos de ese Ministerio. Entre sus funciones relacionadas con la internacionalización de las empresas de su demarcación destacan las siguientes:
- o la gestión, tramitación y resolución de los expedientes relativos al comercio exterior, incluido el intracomunitario, de productos agrícolas e industriales, así como de material de defensa y doble uso.
 - o La inspección y control de calidad comercial de productos objeto de comercio exterior, incluido el intracomunitario, en cuanto a normas y especificaciones técnicas, envases y embalajes, almacenes, depósitos, medios de transporte, etc. La realización de los controles de conformidad con las normas comunes de comercialización en el sector de frutas y hortalizas frescas.
 - o La expedición de certificados de conformidad en el desarrollo de actividades de certificación voluntaria y asistencia técnica a empresas y sectores en el ámbito del comercio exterior.

- o La emisión de los permisos y certificados sobre productos y especímenes en el ámbito del Convenio sobre comercio internacional de especies amenazadas de fauna y flora silvestre (CITES), así como el desarrollo de las actuaciones de control e inspección derivadas de la condición de la Secretaria General de Comercio Exterior de Autoridad Administrativa CITES y órgano de gestión principal según la normativa comunitaria de desarrollo.
- o Información, asesoramiento y promoción de exportaciones e inversiones, desarrollando las actividades de ICEX España Exportación e Inversiones en sus respectivos ámbitos territoriales.

ICEX ESPAÑA EXPORTACIÓN E INVERSIONES (ICEX)

ICEX es un ente público empresarial de ámbito nacional que tiene como misión, por un lado, impulsar y facilitar la proyección internacional de las empresas españolas, con especial atención a las PYME, para contribuir a su competitividad y a la creación de empleo; y por otro, potenciar la atracción de inversiones extranjeras hacia España. Esta última función fue asumida tras la integración en su estructura de Invest in Spain, en el marco del proceso de racionalización de los organismos dependientes de la Secretaría de Estado de Comercio. ICEX se consolida como centro de formación de la Administración en materia de economía, comercio internacional e inversiones exteriores, tras la integración de la fundación pública CECO, Centro de Estudios Económicos y Comerciales.

ICEX ofrece apoyo a la internacionalización mediante servicios de información, asesoramiento y formación a todo tipo de empresas:

- o a aquellas que quieren **iniciarse en la exportación** les ayuda a diseñar una estrategia acertada de internacionalización;
- o a las que desean **consolidar sus exportaciones**, ICEX actúa como socio colaborador y les ayuda a abrir nuevos mercados;
- o a las que quieren **implantarse o invertir** en el exterior, ICEX promueve y fomenta la puesta en marcha de su proyecto;
- o a las empresas extranjeras que quieren **invertir en España**, a través del servicio de atracción de inversiones y financiación de Invest in Spain se les facilita asesoramiento y apoyo en la búsqueda de financiación para inversiones conjuntas.

ICEX canaliza sus servicios a través de la Red de Oficinas Económicas y Comerciales y de la Red Territorial de Economía y Comercio que, tal y como se ha expuesto anteriormente, constituyen el soporte básico en el proceso de internacionalización de

las empresas y los emprendedores por su proximidad a los mercados de origen y destino.

ICEX ofrece:

- o Asesoramiento paso a paso
 - ✓ A través de un canal único: Ventana Global ofrece todo el conocimiento de la Administración General del Estado para la internacionalización. www.icex.es/ventanaglobal
 - ✓ Portal ICEX con toda la información de mercados exteriores y servicios ICEX
 - ✓ Entrevistas individuales con especialistas en el exterior ICEX Conecta.
 - ✓ Servicios a medida: Servicios Personalizados de internacionalización en más de 150 mercados prestados a través de la Red de Oficinas Económicas y Comerciales.
 - ✓ Servicios de asesoramiento financiero.
- o Información y conocimiento
 - ✓ Catálogo documental actualizado y exhaustivo sobre mercados exteriores: legislación, estudios de mercado, estadísticas y costes de implantación.
 - ✓ Capacitación empresarial presencial y online: jornadas, seminarios,
 - ✓ Servicio de oportunidades de negocio
 - ✓ Aula Virtual, webminarios y aplicaciones móviles.
- o Programas de Iniciación, Promoción y apoyo a la implantación
 - ✓ Asesoramiento estratégico para la puesta en marcha de un plan de internacionalización a través del programa ICEX NEXT
 - ✓ Servicio llave en mano para la participación en el pabellón oficial español o Espacio España de las principales ferias sectoriales del mundo
 - ✓ Programa Cre100do destinado al incremento del valor añadido y competitividad de las empresas
 - ✓ Partenariados, para acercar a las empresas españolas los proyectos financiados por Instituciones Financieras Internacionales, en mercados en Desarrollo
 - ✓ Jornadas Técnicas para dar a conocer el entorno de negocio en diferentes mercados
 - ✓ Foros de Inversión y Cooperación Empresarial para la identificación de oportunidades de inversión y cooperación empresarial
 - ✓ Panes de medios para potenciar el producto español de gama alta en las principales revistas escritas y online
 - ✓ Potenciación de las marcas mediante la aceleración del proceso de transformación digital, innovación e incorporación de tecnología a los diferentes sectores.

- ✓ Misiones comerciales de prescriptores y compradores
 - ✓ Participación de pymes españolas como proveedoras en proyectos internacionales ejecutados por grandes empresas españolas a través del programa INTEGRA
 - ✓ Servicio de identificación contrastada de proveedores españoles ICEX Sourcing
- o Formación del capital humano:
- ✓ Amplio catálogo de cursos online y presenciales de la Escuela de Negocios ICEX-CECO.
- o En materia de atracción de inversión extranjera, la actividad de INVEST IN SPAIN se centra en las siguientes grandes líneas:
- ✓ Atracción de nuevos proyectos de inversión directa extranjera, especialmente de los países, sectores y negocios que tienen un mayor crecimiento potencial en España.
 - ✓ Posicionamiento de España como país internacionalizado que cuenta con recursos muy competitivos, centro de negocios e inversiones internacionales y plataforma global de acceso a terceros mercados.
 - ✓ Promoción de la mejora del clima de negocios y del entorno regulatorio, de forma que se facilite la actividad empresarial en España.
 - ✓ Facilitar la colaboración entre inversores extranjeros y empresas españolas para el desarrollo y ampliación de actividades en nuestro país.

CÁMARAS OFICIALES DE COMERCIO DE ESPAÑA EN EL EXTRANJERO

Son asociaciones libremente constituidas en el extranjero, sometidas a la legislación propia del país donde radican, que colaboran estrechamente con la administración española - en particular con la Red Exterior del MINEICO ya descrita - para el fomento de la internacionalización de la economía y las empresas españolas. Las Cámaras en el exterior, además, ofrecen servicios de calidad encaminadas a favorecer el acceso de las empresas españolas en los mercados donde están establecidas y favorecer en general los intercambios comerciales y económicos entre esos mercados y España.

INSTRUMENTOS Y ORGANISMOS OFICIALES DE APOYO FINANCIERO A LA INTERNACIONALIZACIÓN

En cuanto al sistema de apoyo financiero oficial a la internacionalización de la empresa destacan por su relevancia los siguientes instrumentos y organismos:

- El **Fondo para la Internacionalización de la Empresa, FCPI (FIEM)**, gestionado por la Secretaría de Estado de Comercio, tiene por objeto promover operaciones de interés especial para la estrategia de internacionalización de la economía española, ampliando mercados y fortaleciendo la base exportadora.

Con este fin, el FIEM ofrece, por un lado, financiación directa para operaciones de exportación de bienes y servicios de empresas españolas. El beneficiario en este caso son siempre entidades solventes, públicas o privadas, no residentes en España. La financiación puede concederse en condiciones comerciales o, en el caso de beneficiarios soberanos elegibles, en términos concesionales. Con ello, el FIEM busca dotar de recursos financieros y de una mayor competitividad a las ofertas técnicas y económicas presentadas por empresas españolas en el extranjero, dentro de los límites fijados por el Consenso OCDE sobre el apoyo oficial a los créditos a la exportación.

Por otro lado, FIEM impulsa proyectos de inversión directa de empresas españolas en el extranjero, ofreciendo financiación directa para operaciones que impliquen la creación o participación de sociedades productivas o concesionarias y que repercutan en un beneficio para la internacionalización de la economía española. En estos casos, la financiación se concede en términos comerciales y el beneficiario es la empresa filial extranjera o sociedad de propósito específico, con garantía bien de la matriz o bien del propio proyecto.

- El **Convenio de Ajuste Recíproco de Intereses (CARI)**, sistema de apoyo a las exportaciones españolas de bienes y servicios mediante el cual se incentiva la concesión, por parte de las entidades financieras, de créditos a la exportación a largo plazo (2 o más años) y a tipos de interés fijos (tipos de Consenso³¹) asemejándose a un seguro de tipo de interés. El mecanismo libera a las instituciones prestamistas del riesgo de tipo de interés en que incurren al otorgar estos créditos, asegurándoles la rentabilidad de mercado más un margen en concepto de gastos de gestión³².
- La **Compañía Española de Financiación del Desarrollo, COFIDES, S.A.**, tiene por objeto, entre otros, facilitar financiación, a medio y largo plazo, a proyectos privados viables de inversión en el exterior en los que exista interés español para contribuir, con criterios de rentabilidad, tanto al desarrollo de los países receptores de las inversiones como a la internacionalización de la economía y de las empresas españolas. Para cumplir con esta doble finalidad, COFIDES:
 - o Utiliza sus recursos propios para financiar proyectos de inversión en países emergentes o en desarrollo.

³¹ Commercial Interest Reference Rates o CIRR, publicado mensualmente por la OCDE.

- o Gestiona por cuenta del Estado los **fondos FIEX y FONPYME**, creados para financiar proyectos de inversión en el exterior con independencia del grado de desarrollo del país destino del proyecto.

El **Fondo para Inversiones en el Exterior** (FIEX) es un fondo dotado con recursos presupuestarios del Estado - a través del presupuesto de la Dirección General de Comercio Internacional e Inversiones del Ministerio de Economía, Industria y Competitividad - que persigue favorecer la internacionalización de la actividad de las empresas y de la economía española, al apoyar a medio y largo plazo a través principalmente de participaciones en el capital de la empresa, proyectos de inversión en mercados exteriores en los que exista algún tipo de interés español.

El **Fondo de inversión en el exterior de la pequeña y mediana empresa** (FONPYME) es un fondo dotado de recursos presupuestarios del Estado, dirigido a financiar a medio y largo plazo proyectos de inversión en el exterior en los que exista algún tipo de interés español y que estén promovidos por pequeñas y medianas empresas, centrando así su actuación en el grueso del tejido empresarial español conformado por empresas de tamaño reducido.

- La **Compañía Española de Seguros de Crédito a la Exportación, S.A, Cía. de Seguros y reaseguros, SME** (CESCE)³³ apoya las exportaciones de empresas españolas ofreciendo cobertura de los riesgos derivados de la internacionalización de las empresas españolas.

Por cuenta del Estado, y dentro de los límites de riesgo asumible previsto en los Presupuestos Generales del Estado, CESCE actúa en las operaciones con vencimiento a corto plazo en los que casos en que se considere que no existen riesgos negociables, y medio y largo plazo en todo el mundo. Para ello, CESCE cuenta con diversos productos por Cuenta del Estado adaptados a las necesidades de cobertura de los riesgos que las empresas españolas y las entidades bancarias tienen en sus operaciones de exportación y/o inversión en el exterior. El objetivo es siempre el de facilitar la internacionalización de la empresa española cubriendo tres tipos de riesgos comerciales, políticos y extraordinarios.

- El **Instituto de Crédito Oficial, ICO**, tiene naturaleza de entidad de crédito y consideración de agencia financiera del Estado. Sus funciones son principalmente promover actividades económicas que contribuyan al crecimiento, al desarrollo del país y a la mejora de la distribución de la riqueza nacional, cumpliendo para ello la doble función de banco público y de agencia

³³ El 50,25% del capital pertenece al Patrimonio del Estado, un 45,20% pertenece a bancos privados y un 4,55% a compañías de seguros.

financiera del Estado. En el ámbito de la internacionalización de la economía española actúa:

- o Como **banco público**, ofreciendo financiación a empresas españolas dirigida al fomento de las exportaciones y a potenciar su presencia en el exterior, a través de la puesta en marcha de líneas de mediación y de programas de financiación directa. A estos efectos, ICO cuenta con productos de financiación, canalizados bien a través de entidades financieras privadas (como las Líneas ICO Internacional – Tramo I: Inversión y Liquidez y Tramo II: Exportadores Medio y Largo Plazo -y Línea ICO Exportadores) o a través del propio ICO, como ocurre con su Programa de Garantías, y con productos de capital o cuasi capital (a través de AXIS, gestora de capital riesgo participada al 100% por ICO que actualmente gestiona los fondos FOND-ICO pyme, FOND-ICO Infraestructuras y FOND-ICO Global).
- o Como **agencia financiera del Estado**, ICO presta todos los servicios de carácter financiero relativos a las operaciones autorizadas con cargo al **Fondo para la Internacionalización de la Empresa (FIEM)** y gestiona el **Convenio de Ajuste Recíproco de Intereses, (CARI)**.

Coordinación de las políticas de fomento de la internacionalización

La Ley 14/2013, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización establece en su artículo 50 que la coordinación de las políticas de fomento de la internacionalización de la economía y la empresa española **corresponde al MINEICO 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.

❖ COORDINACIÓN EN EL SENO DE LA ADMINISTRACIÓN GENERAL DEL ESTADO (AGE)

El **Grupo de Trabajo Interministerial sobre Apoyo a la Internacionalización de la Empresa Española** se constituye como elemento clave en este ámbito de la coordinación en materia de internacionalización, siendo su objetivo la cooperación estrecha entre el Ministerio de Economía, Industria y Competitividad y todos los Departamentos Ministeriales con intereses en materia de internacionalización en las áreas de su competencia; buscando la mayor eficacia posible, mediante la coordinación de las actuaciones en apoyo de la internacionalización de las empresas.

Cabe destacar la creación en el seno de este Grupo de Trabajo Interministerial de **9 grupos de trabajo**, tanto de **carácter horizontal**:

- Grupo de Trabajo sobre Medidas y Barreras que Afectan a la internacionalización.
- Grupo de Trabajo sobre Contenciosos de Empresas Españolas en Terceros Países.
- Grupo de Trabajo relativo a la tramitación de visados, permisos de residencia y autorizaciones de trabajo.

Como **grupos de trabajo de carácter sectorial**:

- Grupo de Trabajo de Internacionalización del sector Salud
- Grupo de Trabajo de Internacionalización e Innovación
- Grupo de Trabajo de Internacionalización del sector de Defensa.
- Grupo de Trabajo de Internacionalización del sector de Infraestructuras.
- Grupo de Trabajo de Internacionalización del sector Medioambiental.
- Grupo de Trabajo de Internacionalización del Sector Alimentario. En este Grupo cabe destacar la aprobación de las *“Líneas Estratégicas para la Internacionalización del Sector Agroalimentario”*.

En el marco de la coordinación interministerial, la Secretaría de Estado de Comercio coordina el apoyo institucional a la internacionalización en los viajes y visitas de Estado con contenido económico a través de la reunión mensual de viajes y visitas de Estado, que permite la puesta en común y la adecuada coordinación de las diferentes agendas.

❖ **COLABORACIÓN CON LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS**

La colaboración en materia de internacionalización con las CCAA se lleva a cabo en el seno del **Consejo Interterritorial de Internacionalización (CII)**, punto de encuentro para el debate e intercambio de información entre el Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, las administraciones de las Comunidades Autónomas y los representantes del sector privado (CEOE y Cámaras de Comercio). El CII actúa en favor de la internacionalización de la empresa española, mediante la implantación de políticas conjuntas de promoción en el exterior y de atracción de la inversión extranjera a España.

Para el desarrollo de sus trabajos cuenta con dos grupos coordinados por ICEX España Exportación e Inversiones: el **Comité de Promoción Exterior (CPE)** y el **Comité de Atracción de Inversiones extranjeras (CAI)**. La presidencia de ambos grupos corresponde a las CC.AA. y es rotatoria y semestral

- En el **Comité de Promoción** se han creado varios grupos:

- o Comité de Promoción de Alimentos y Vinos
- o Grupo de Trabajo de Sector-Mercado
- o Grupo de Trabajo de Evaluación
- o Grupo de Trabajo de África Subsahariana
- o Grupo de Trabajo de Financiación
- o Grupo de Trabajo de FEDER
- o Grupo de Trabajo de Formación
- o Grupo de Trabajo sobre Multilaterales

El **Comité de Atracción de Inversiones extranjeras** se creó con la vocación de aglutinar a los diferentes agentes económicos que intervienen en la captación de inversiones extranjeras en España: las administraciones públicas central y autonómica, y el sector privado, a fin de maximizar actuaciones y esfuerzos tendentes a conseguir mayor eficacia en la captación de la inversión extranjera.

❖ **COLABORACIÓN CON EL SECTOR PRIVADO**

Los principales foros de colaboración entre la Secretaría de Estado de Comercio y el sector privado son los siguientes:

- **“Comisión consultiva de Negociaciones Comerciales Internacionales”**, que integra a los distintos agentes sociales, organizaciones representativas de intereses económicos, instituciones universitarias y organismos privados, incluidas las organizaciones no gubernamentales de desarrollo y los sindicatos más representativos. Las funciones principales de esta Comisión son:
 - Prestar asesoramiento a la Secretaría de Estado de Comercio en los asuntos que se sometan a examen y discusión del Comité de Política Comercial de la Unión Europea.
 - Informar de las posibilidades ofrecidas por los acuerdos y relaciones comerciales concluidos por la Unión Europea tanto en el marco bilateral como multilateral.
 - Analizar los obstáculos y restricciones al conjunto de las exportaciones españolas con vistas al diseño de propuestas que respondan mejor a los intereses defensivos de las empresas españolas.

- **“Grupo consultivo ad-hoc” con el sector privado**, creado por el Plan Estratégico de Internacionalización de la Economía Española 2014-2015 para impulsar un diálogo continuo con el sector privado, representado fundamentalmente por Asociaciones de Exportadores, Organizaciones Empresariales y Cámaras de Comercio.
- **“Grupo consultivo sectorial para la internacionalización del Sector Agroalimentario” (GTISA)**, creado en el marco del Grupo de Trabajo de Internacionalización del Sector Alimentario como instrumento de coordinación entre la AGE y el sector privado representado por las diferentes Asociaciones y Organizaciones sectoriales alimentarias en materia de internacionalización. Dentro de este grupo se crearon a su vez 6 grupos sectoriales (para productos cárnicos; frutas y hortalizas; vino; gastronomía; productos de la pesca; y aceite).

ANEXO III: PARTICIPACIÓN ESPAÑOLA EN LA POLÍTICA COMERCIAL DE LA UNIÓN EUROPEA Y EN LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE COMERCIO

POLÍTICA COMERCIAL DE LA UNIÓN EUROPEA

Desde la entrada en vigor del Tratado de Lisboa, la política comercial pasó a ser uno de los pilares de la Acción Exterior de la Unión Europea (artículo 207 del Tratado de Funcionamiento de la UE, TFUE), siendo su objetivo contribuir al interés común de la Unión, al desarrollo armonioso del comercio mundial, a la supresión progresiva de las restricciones a los intercambios internacionales y a las inversiones extranjeras directas, así como a la reducción de las barreras comerciales, entre otros. Esta política se materializa a través de la **negociación de acuerdos comerciales con países terceros**, la armonización de medidas de liberalización del comercio con esos países y la defensa contra las prácticas comerciales consideradas desleales.

Asimismo, desde el Tratado de Lisboa, la política comercial **incluye** las **negociaciones sobre servicios, derechos de propiedad intelectual ligados al comercio y las inversiones directas en el exterior (IDE)**. Queda excluida, sin embargo, la política de promoción de exportaciones y apoyo a los exportadores, que se mantiene como competencia exclusiva de las políticas nacionales de los Estados Miembros.

Debido a estas nuevas competencias, los acuerdos comerciales actuales, también llamados **acuerdos comerciales de “nueva generación”**, cubren ahora ámbitos muy amplios que superan los simples intercambios de mercancías o servicios, ya que afectan a áreas como inversión, mercados públicos, propiedad intelectual, competencia o desarrollo sostenible.

ÓRGANOS DE GESTIÓN DE LA POLÍTICA COMERCIAL COMÚN EN LA UNIÓN EUROPEA

1.- El Consejo de Asuntos Generales y el Consejo de Asuntos Exteriores

Tras la entrada en vigor del Tratado de Lisboa, el antiguo Consejo de Asuntos Generales y Relaciones Exteriores (CAGRE) se escindió en dos formaciones diferentes:

- **Consejo de Asuntos Generales (CAG)**, presidido por el Estado Miembro mediante el sistema semestral de rotación.
- **Consejo de Asuntos Exteriores (CAE)**, en cuya formación de Comercio se tratan los asuntos relacionados con la política comercial común. El CAE-Comercio es el órgano decisorio en materia de política comercial común, y en él participa la **Secretaría de Estado de Comercio** cuando se discuten asuntos comerciales.

<http://www.consilium.europa.eu/es/council-eu/configurations/gac/>

2.- El Comité de Política Comercial (CPC)

El Comité de Política Comercial se encarga de preparar las decisiones del Consejo de Asuntos Exteriores y orientar y controlar a la Comisión en el ámbito de la política comercial. En él **participan los representantes de los Estados Miembros y de la Comisión**. Aunque es un único órgano, presenta dos formaciones básicas: la de **Titulares y la de Suplentes**; pero existen también una serie de **formaciones especializadas** que funcionan como **grupos de expertos**, como las de Servicios y Textiles y Acero.

El **Comité de Política Comercial Titulares** define las líneas de acción y supervisa el trabajo de las distintas formaciones y grupos del Comité. El representante español es el **Director General de Comercio Internacional e Inversiones de la Secretaría de Estado de Comercio**.

<http://www.consilium.europa.eu/es/council-eu/preparatory-bodies/trade-policy-committee/>

3.- La Representación Permanente de España (REPER).

La Representación Permanente de España ante la UE se encarga de **defender la posición española en los foros comunitarios**. Es también el canal a través del cual se cursan y reciben todas las comunicaciones oficiales de la Administración española con las instituciones de la Unión.

En la REPER están representados todos los Ministerios, con al menos un consejero encargado del seguimiento de los asuntos de su competencia. También están representadas las **Comunidades Autónomas** a través de su sección de “Asuntos Autonómicos”.

Los asuntos comerciales son tratados por el Servicio Económico y Comercial de la REPER, integrado en la **Consejería Económica y Comercial de la REPER**.

<http://representacionpermanente.eu/>

ACTUACIONES DE LA ADMINISTRACIÓN ESPAÑOLA EN EL ÁMBITO DE LA POLÍTICA COMERCIAL COMÚN

➤ Secretaría de Estado de Comercio

La **Secretaría de Estado de Comercio**, en el marco de la coordinación y representación de España en materia de política comercial comunitaria, **defiende los intereses comerciales y de inversión de España** en diferentes ámbitos:

- Representación de los intereses españoles en la formulación de la política comercial bilateral, regional y multilateral de bienes, servicios, contratación pública, inversiones y propiedad intelectual en el Consejo de la Unión Europea.
- Participación en el diseño y ejecución de la política de defensa comercial de la UE y defensa de los intereses españoles en ese ámbito.
- Detección y eliminación de obstáculos al comercio, a la inversión y a la contratación pública, tanto en países terceros como en el mercado interior de la Unión Europea.
- Negociación, en su caso, de los tratados o convenios internacionales, bilaterales o multilaterales, relativos a la promoción y protección de las inversiones exteriores.
- Gestión de los procedimientos comunitarios y nacionales sobre autorizaciones de importación y exportación, introducción y expedición de productos agroalimentarios e industriales, así como de importación y exportación de servicios, como autoridad nacional responsable.
- Participación en los procedimientos comunitarios de gestión y modificación del Arancel Aduanero Común, incluidas las suspensiones y contingentes arancelarios autónomos, así como el Sistema de Preferencias Generalizadas.
- Análisis y evaluación de las implicaciones comerciales de las normas de origen para las empresas españolas y la autorización de los regímenes de perfeccionamiento activo, pasivo e importación y exportación temporal en el ámbito de sus competencias.
- Defensa de estos intereses en los diferentes foros de preparación de la política comercial comunitaria, en especial a través de la Representación Permanente de España ante la UE y ante la OMC.
- Difusión y asesoramiento a las empresas y a la sociedad sobre la política comercial en general, y en particular, sobre los beneficios y oportunidades de negocio derivados de los acuerdos comerciales y de inversión.

En estos ámbitos de actuación, la prioridad es que los nuevos acuerdos comerciales (de “nueva generación”) sean cada vez más ambiciosos, se implementen plenamente y den respuesta a los problemas a los que se enfrentan las empresas, no sólo en el ámbito arancelario, sino también en la lucha contra las barreras no arancelarias, la protección de las indicaciones geográficas y de la propiedad intelectual, la apertura del mercado de servicios, la mayor facilidad para participar en licitaciones en terceros mercados, una mayor protección a las inversiones, y una mayor convergencia

regulatoria, en especial con aquellos países con los que una regulación común pueda contribuir a la generalización de estándares internacionales de interés para la UE.

La Secretaría de Estado de Comercio dispone de los siguientes órganos para coordinar las negociaciones comerciales y de inversión:

1.- La **Comisión Interministerial para las Negociaciones en la Organización Mundial del Comercio (CIOMC).**

Presidida por la **Secretaría de Estado de Comercio**, coordina las **negociaciones que tienen lugar en la Organización Mundial de Comercio (OMC)** a través de la UE, los puntos de vista de los diferentes Ministerios implicados en los aspectos que se refieran a sus respectivas competencias, para facilitar la elaboración de una posición española.

2.- La Secretaría de la **Comisión Consultiva de Negociaciones Comerciales Internacionales.**

Es un organismo presidido por la Secretaría de Estado de Comercio, de carácter horizontal y de naturaleza consultiva, que facilita el intercambio de información entre los distintos agentes sociales, organizaciones representativas de intereses económicos, instituciones universitarias y organismos privados, incluidas las organizaciones no gubernamentales de desarrollo y los sindicatos más representativos, de cara a la adopción de cuantas medidas sean necesarias para la definición, desarrollo y ejecución de la política comercial del Estado a través de los mecanismos establecidos, en particular, del Comité de Política Comercial. Se reúne una vez al semestre.

➤ **Secretaría de Estado para la Unión Europea**

En el ámbito interno, la **actuación administrativa** corresponde a la **Secretaría de Estado para la Unión Europea del Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación**, que coordina todas las actuaciones que, en el marco de sus competencias, realicen las Administraciones públicas en la Unión Europea.

A tal fin, a través de los cauces normativamente establecidos, mantiene las relaciones necesarias con los órganos y organismos competentes de la Administración General del Estado, y con las Administraciones autonómicas y locales. Conforme a lo establecido en el Real Decreto 260/1986, de 17 de enero, por el que se crea la representación permanente de España ante las Comunidades Europeas, el Secretario de Estado imparte instrucciones al Embajador Representante Permanente de España ante la Unión Europea.

La **Comisión Interministerial para la Unión Europea (CIAUE)** decide la **posición española en el Consejo de la Unión Europea**, y está presidida por el **Secretario de Estado para la UE**.

En caso de discrepancias en el seno de la Administración que no puedan ser resueltas en la CIAUE, la cuestión es abordada en la **Comisión Delegada del Gobierno para Asuntos Económicos** y, en caso necesario, en el **Consejo de Ministros**.

PARTICIPACIÓN EN LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE COMERCIO

En el contexto de la política comercial común, la Comisión Europea representa a todos los Estados miembros de la UE en la OMC. La UE es miembro de la OMC desde el 1 de enero de 1995 y los 28 Estados miembros de la UE también son miembros de la OMC por derecho propio.

La OMC se ocupa de las normas mundiales por las que se rige el comercio entre las naciones. Su principal función es velar por que el comercio se realice de la manera más fluida, previsible y libre posible. Los pilares sobre los que descansa este sistema - conocido como sistema multilateral de comercio- son los **Acuerdos de la OMC, que han sido negociados y firmados por la gran mayoría de los países que participan en el comercio mundial y ratificados por sus respectivos parlamentos**. Esos acuerdos establecen las normas jurídicas fundamentales del comercio internacional. Son esencialmente acuerdos que garantizan a los países miembros importantes derechos en relación con el comercio y que, al mismo tiempo, obligan a los gobiernos a mantener sus políticas comerciales dentro de unos límites convenidos en beneficio de todos. Aunque son negociados y firmados por los gobiernos, los acuerdos tienen por objeto ayudar a los productores de bienes y de servicios, los exportadores y los importadores a llevar adelante sus actividades.

La OMC es una organización “dirigida por los miembros” en la que las decisiones se adoptan por consenso entre los gobiernos de todos los países miembros. Todas las decisiones importantes son adoptadas por la totalidad de los miembros, ya sea por sus ministros (que se reúnen por lo menos una vez cada dos años) o por sus embajadores o delegados (que se reúnen regularmente en Ginebra). Las decisiones se adoptan normalmente por consenso.

A ese respecto, la OMC es diferente de otras organizaciones internacionales, por ejemplo el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional. En la OMC no se delega la autoridad en una junta de directores ni en el jefe ejecutivo de la Organización.

Los países adoptan sus decisiones por conducto de diversos **consejos y comités** integrados por todos los Miembros de la OMC. El órgano más importante es la **Conferencia Ministerial**³⁴, que debe reunirse por lo menos una vez cada dos años. Entre las conferencias ministeriales, la labor cotidiana está a cargo de tres órganos:

³⁴ La undécima de estas Conferencias tendrá lugar en Buenos Aires en diciembre de 2017.

- El Consejo General.
- El Órgano de Solución de Diferencias.
- El Órgano de Examen de las Políticas Comerciales.

En realidad, son los tres el mismo: en el Acuerdo por el que se establece la OMC todos ellos tienen la misma composición pero se reúnen en diferentes formaciones. **A su vez**, los consejos y comités están integrados por la totalidad de los miembros de la OMC. En la práctica, las **personas que participan en los diversos consejos y comités** son diferentes, ya que se requieren distintos niveles de autoridad y distintas esferas de conocimientos. Por lo general, son los **jefes de las misiones en Ginebra (habitualmente Embajadores)** los que representan a sus países en el Consejo General. Por otro lado, algunos de los comités pueden tener un alto grado de especialización, por lo que a veces los gobiernos envían a funcionarios expertos para que participen en esas reuniones.

La Conferencia Ministerial puede adoptar decisiones sobre todas las cuestiones que se planteen en el marco de cualquiera de los acuerdos comerciales multilaterales.
https://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/inbrief_s/inbr00_s.htm

La **Representación Permanente de España ante los Organismos Internacionales de Naciones Unidas y ante la Organización Mundial de Comercio (Representación Permanente Adjunta para Asuntos Comerciales –RPAAC)**, realiza, en coordinación continua con los representantes de la UE y del resto de EEMM, el seguimiento de los acuerdos y de las negociaciones comerciales multilaterales que se desarrollan en la Organización Mundial de Comercio (OMC) y de los debates de la UNCTAD, y la participación en las reuniones de coordinación comunitaria correspondientes.

ANEXO IV: PARTICIPACION ESPAÑOLA EN LAS INSTITUCIONES MULTILATERALES

A continuación se resume la participación española en las siguientes instituciones multilaterales: OCDE, Banco Interamericano de Desarrollo, Banco Mundial, Banco Africano de Desarrollo, Banco Europeo de Reconstrucción y Desarrollo, Banco Asiático de Desarrollo, Banco Centroamericano de Integración Económica, CAF-Banco de Desarrollo de América Latina, Banco Asiático de Inversión e Infraestructuras, Naciones Unidas y organismos internacionales del sector de la defensa.

- **Organización de Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE)**

España es miembro de la OCDE desde su creación en 1961. Desde entonces, la Administración Española ha participado en los trabajos que la Institución ha venido desarrollando. Esta **participación se lleva a cabo a través de la Representación Permanente de España ante la OCDE en París**, con el apoyo de expertos y responsables de los diferentes Departamentos Ministeriales en los grupos de trabajo específicos, al igual que hacen el resto de los Estados Miembros.

La Representación Permanente, o Embajada de España ante la OCDE, juega un papel clave, centrado en una triple función: representar y defender a España ante los distintos órganos de la OCDE; exponer y defender la posición del Gobierno español en el Consejo, en los distintos Comités y en los grupos de trabajo; y participar en la dirección y gestión de la Organización.

El Embajador Representante Permanente de España es **miembro del Consejo, que es el órgano que gobierna la institución**. Por el hecho de ser miembro del Consejo, participa también en el gobierno y gestión de los llamados organismos semiautónomos que forman parte de la organización, como la Agencia Internacional de la Energía, la Agencia de la Energía Nuclear, o el Centro de Desarrollo, de los que España es Estado miembro. En este marco, la **Secretaría de Estado de Comercio** ostenta la coordinación y representación de los intereses españoles en materia de comercio internacional e inversiones en la OCDE.

<http://www.exteriores.gob.es/RepresentacionesPermanentes/OCDE/es/Representacion/Paginas/Directorio.aspx>

- **Banco Europeo de Inversiones (BEI)**

El BEI es el único banco que representa los intereses de los Estados Miembros de la Unión Europea, los cuales comparten su titularidad de forma conjunta. Proporciona financiación y asesoramiento para proyectos de inversión sostenibles que contribuyan a los objetivos de la política comunitaria. Sus principales objetivos son: impulsar el

potencial de crecimiento y empleo de Europa; apoyar las medidas para mitigar el cambio climático; y fomentar las políticas de la UE en otros países.

Aunque más del 90% de su actividad se dirige a Europa, es también un importante inversor en el resto del mundo.

El BEI ofrece apoyo y asesoramiento bajo las siguientes formas:

Lending: Constituye la forma más usual de financiación, a través de préstamos, pero también ofrece garantías, microfinanciación, inversiones de capital, etc.

Blending: Combina financiación propia con otros recursos, especialmente del presupuesto de la UE, para ofrecer un paquete financiero completo.

Advising: Ofrece ayuda a las empresas en relación con la administración y gestión de proyectos para facilitar sus inversiones.

El total de las inversiones del Grupo BEI (Banco Europeo de Inversiones y Fondo Europeo de Inversiones) en España en 2016 se elevó a 11. 500 millones de euros, siendo nuestro país, por décimo tercer año consecutivo, el mayor receptor de financiación del BEI en Europa. De este importe, el 65% se destinó a apoyar a las pymes españolas; 19% a financiar infraestructuras; 9% a Innovación; y 7% a medio ambiente.

Actualmente España ocupa un puesto en la comisión de asistencia técnica JASPERS (Joint Assistance to Support Projects in European Regions) entre tres socios: la Comisión Europea, el BEI y el BERD. Esta Comisión proporciona asesoramiento independiente a los países beneficiarios para ayudarles a preparar los grandes proyectos que se cofinancian con dos Fondos Estructurales y de Inversión Europeos: el Fondo Europeo de Desarrollo Regional y el Fondo de Cohesión.

<http://www.eib.org/about/index.htm>

- **Banco Mundial (BM)**

Desde su creación en 1944, el Banco Mundial ha pasado de ser una entidad única a un grupo de cinco instituciones de desarrollo estrechamente relacionadas, cuyo mandato actual es aliviar la pobreza en el mundo y contribuir a la prosperidad compartida, asegurando que el crecimiento de la renta del 40% más pobre de un país sea superior a la tasa de crecimiento a nivel nacional. España se unió al Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento (BIRF) —el Banco Mundial— en 1958 y fue prestatario hasta 1977. España es también miembro de la Asociación Internacional de Fomento (AIF), el Organismo Multilateral de Garantía de Inversiones (MIGA), la Corporación Financiera Internacional (IFC) y el Centro Internacional de Arreglo de Diferencias Relativas a Inversiones (CIADI).

España está representada por el **Ministro de Economía, Industria y Competitividad** en la **Junta de Gobernadores del Banco Mundial**, máximo órgano directivo de la institución. El Secretario de Estado de Economía y Apoyo a la Empresa es el gobernador suplente de España.

Los temas actuales prioritarios del Banco incluyen tres retos de desarrollo – inclusión social y e igualdad, productividad e innovación e integración económica – y tres temas transversales – igualdad de género, cambio climático y sostenibilidad ambiental, y capacidad institucional y estado derecho.

<http://www.worldbank.org/>

- **Banco Europeo de Reconstrucción y Desarrollo (BERD)**

Creado en 1991, tiene en la actualidad 67 miembros, entre ellos dos instituciones multilaterales (Unión Europea y Banco Europeo de Inversiones). El BERD amplió su mandato geográfico con el objeto de extender sus operaciones a Mongolia y a la región del Mediterráneo sur y oriental. Cuatro países de esta región son países de operaciones (Egipto, Marruecos, Jordania y Túnez). Grecia y Chipre han sido calificados como países de operaciones temporales hasta 2020. En enero de 2016, China pasó a ser miembro del BERD.

Sus objetivos se dirigen a apoyar la transición hacia la economía de mercado en los países de Europa Central y del Este, en Asia Central, Mongolia y en la región del Mediterráneo sur y oriental, mediante la financiación de proyectos principalmente en el sector privado y en menor medida en el sector público. Los estatutos del BERD establecen que los préstamos al sector público en los países de operaciones no pueden sobrepasar el 40 % de las inversiones totales del banco.

La **Junta de Gobernadores** es el máximo órgano de gobierno. La Junta delega la mayoría de sus funciones en el Consejo de Administración o Consejo de Directores, que es el órgano responsable de la gestión estratégica de la institución.

España cuenta con dos representantes en la Junta de Gobernadores: un Gobernador (Ministro de Economía, Industria y Competitividad) y un Gobernador alerno (Secretario de Estado de Economía y Apoyo a la Empresa, Ministerio de Economía, Industria y Competitividad). En el Consejo de Administración, España comparte silla con México y cuenta con un Director ejecutivo y un Director alerno.

<http://www.mineco.gob.es/portal/site/mineco/menuitem.32ac44f94b634f76faf2b910026041a0/?vgnextoid=6cea20c11820c310VgnVCM1000002006140aRCRD>

- **Banco Interamericano de Desarrollo (BID)**

Con una historia que se remonta a 1959, el Grupo BID, del que forman parte 48 países miembros, está integrado por el Banco, la Corporación Interamericana de Inversiones (CII) y el Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN).

El BID tiene su sede en la ciudad de Washington D.C. y representaciones en los 26 países miembros de América Latina y el Caribe, así como también oficinas en Madrid y Tokio.

<http://www.iadb.org/es/acerca-de-nosotros/informacion-basica,18246.html>

La **oficina de representación de Madrid** es una oficina de **representación para Europa** y se abrió en 2012. Esta sede facilita a las instituciones y empresas europeas el **acceso a los proyectos que el BID financia en toda América Latina y Caribe**, convirtiendo a España en una plataforma única para impulsar la cooperación económica. Nuestro país es el principal donante de fondos fiduciarios del Banco.

<http://www.iadb.org/en/office-in-europe/home,2100.html>

La Secretaría de Estado de Comercio, a través de la **Oficina Económica y Comercial de España en Washington D.C.**, dispone de un **Departamento Multilateral** que realiza un seguimiento de la actividad de las siguientes instituciones: **Banco Mundial, Banco Interamericano de Desarrollo, y la Corporación Interamericana de Inversiones (CII)**, tanto de las oportunidades que van surgiendo a diario, como de las principales noticias que van siendo publicadas.

- **Grupo del Banco Africano de Desarrollo**

Creado en 1964, tiene en la actualidad 80 países miembros (54 Regionales y 26 No Regionales).

Se compone de 3 instituciones diferenciadas:

El **Banco Africano de Desarrollo (BAfD)**: otorga préstamos en condiciones ligeramente más favorables que las de mercado a países de renta media solventes. Además, concede créditos, garantías e invierte en capital de entidades del sector privado.

El **Fondo Africano de Desarrollo (FAfD)**: destina donaciones y préstamos concesionales a países de renta baja.

El **Fondo Especial de Nigeria**: complementa la financiación de proyectos en los países africanos de renta baja. Se nutre de las aportaciones de Nigeria.

Su principal objetivo es promover el crecimiento económico sostenible y la reducción de la pobreza en África. Para ello financia programas y proyectos de desarrollo en forma de préstamos al sector público y al sector privado; inversiones en capital;

asistencia técnica; así como donaciones para asistencia humanitaria de emergencia. Sus fondos proceden de las cuotas de sus miembros, de la financiación que obtiene en los mercados internacionales de capitales y de los beneficios obtenidos en sus operaciones tanto de préstamos como de las colocaciones que realiza en los mercados de capitales.

En la Junta de Gobernadores, el Gobernador por España es el Ministro de Economía y Competitividad, el Gobernador Alternativo es el Secretario de Estado de Economía y Apoyo a la Empresa.

<http://www.mineco.gob.es/portal/site/mineco/menuitem.32ac44f94b634f76faf2b910026041a0/?vgnnextoid=dcfe7d4d6300c310VgnVCM1000002006140aRCRD>

- **Banco Asiático de Desarrollo (BAsD)**

El Banco Asiático de Desarrollo fue concebido a principios de los años sesenta como una institución financiera de carácter asiático para fomentar el crecimiento económico y la cooperación en una de las regiones más pobres del mundo. El BAsD ayuda a sus miembros y socios a proporcionar préstamos, asistencia técnica, donaciones e inversiones de capital para promover el desarrollo social y económico. El BAsD se compone de 67 miembros, 48 de los cuales son de la región de Asia y el Pacífico. España es miembro del BAsD desde 1986.

En cuanto a la participación de España en el Banco y la participación de empresas y consultores españoles en el BAsD se puede consultar la siguiente página:

<https://www.adb.org/publications/spain-fact-sheet>

- **Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE)**

Es una institución financiera multilateral de desarrollo, de carácter internacional. Sus recursos se destinan a proyectos con impacto en el desarrollo para reducir la pobreza y las desigualdades, fortalecer la integración regional y la inserción competitiva de los socios en la economía mundial, otorgando especial atención a la sostenibilidad del medio ambiente. El BCIE tiene su sede en Tegucigalpa, Honduras, y cuenta con oficinas regionales en Guatemala, El Salvador, Nicaragua y Costa Rica.

En 2005 España se adhirió al Banco como socio extra-regional. Desde su adhesión, ha impulsado el comercio y la inversión con Centroamérica, ha afianzado los lazos de cooperación con la región y ha seguido contribuyendo en la consolidación financiera a través del establecimiento de diversos mecanismos de apoyo y financiación con el BCIE. Entre las contribuciones vigentes destacan la administración del Fondo Contravalor del Programa de Conversión de Deuda de Honduras con España y la Línea MiPyme ICO de Financiación de Inversiones y/o Liquidez, y Exportaciones Españolas.

<https://www.bcie.org/acerca-del-bcie/>

- **CAF, Banco de Desarrollo de América Latina**

La CAF es una institución financiera multilateral fundada en 1968, cuyo objetivo es promover la integración regional y el desarrollo sostenido de sus países accionistas. Proporciona productos y servicios financieros múltiples (préstamos, cofinanciación, avales, participación accionarial) a una amplia cartera de clientes, constituida por los gobiernos de los Estados accionistas, instituciones financieras y empresas públicas y privadas. La actuación a través de intermediarios financieros es, sin duda, uno de los rasgos distintivos de la CAF.

A diferencia de otras instituciones multilaterales, su gobernanza se basa en un Directorio no residente, compuesto por funcionarios que operan desde las respectivas capitales de los países a los que representan. Sus países accionistas son 19: los cinco países de la Comunidad Andina de Naciones (Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela), Argentina, Barbados, Brasil, Chile, Costa Rica, España, Jamaica, México, Panamá, Paraguay, Portugal, República Dominicana, Trinidad & Tobago y Uruguay, y 14 bancos privados de la región andina. España es miembro de la CAF desde 2003 y tiene presencia permanente en el Directorio a través de un Director Titular.

La CAF goza de una relación privilegiada con los gobiernos de los países andinos, por lo que constituye un interlocutor útil para España en cuestiones referentes a la seguridad jurídica de las inversiones de las empresas españolas en la región.

<https://www.caf.com/>

- **Banco Asiático de Inversión e Infraestructuras (BAII)**

El proyecto de creación del BAII se enmarca en la denominada Iniciativa One Belt-One Road, cuyo objetivo es favorecer el desarrollo de los países que tradicionalmente formaban la Ruta de la Seda, desde China y Asia Central y Occidental hasta Oriente Medio y Europa, así como de las interconexiones entre Asia y Europa. El BAII, no obstante, no se limita a estos países sino que incluye en su ámbito de operaciones también al resto de países asiáticos y de Oceanía. Incluso abre la puerta a la posibilidad de financiar proyectos fuera de sus zonas de operaciones siempre que pueda ser de utilidad en el cumplimiento de sus objetivos.

En definitiva, trata de promover una mayor integración económica y comercial entre unos países que generan más de la mitad del PIB mundial y contienen tres cuartas partes de las reservas energéticas del planeta. Tras cinco rondas negociadoras, en junio de 2015 se firmó el Convenio Constitutivo del BAII en Pekín, donde está situada la sede del banco.

En la actualidad España aún no es miembro formalmente, por estar pendiente de ser aprobado por las Cortes y de ratificación el Convenio con el BAII.

<https://www.aiib.org/en/index.html>

- **Naciones Unidas**

La organización de Naciones Unidas nació en el año 1945, incorporándose España en el año 1955. En la actualidad la integran 193 Estados miembros, representados en la Asamblea General. El sistema de las Naciones Unidas está formado por la propia Organización y numerosas organizaciones afiliadas conocidas como programas, fondos y agencias especializadas.

Las distintas instituciones que forman el sistema organizativo de Naciones Unidas tienen diferente forma jurídica, distintos mandatos y presupuestos diferenciados, constituyendo uno de los mercados de compras públicas más importantes del mundo, con un volumen de adquisiciones que en 2015 superó los 17.500 millones de dólares. Los bienes y servicios demandados presentan una serie de particularidades, ya que vienen determinados por los mandatos y políticas de las distintas instituciones que buscan contribuir a los objetivos de desarrollo económico, estabilidad política y social internacional y atender situaciones de emergencia.

España es el noveno contribuyente al presupuesto ordinario de Naciones Unidas. Sin embargo, las empresas españolas, líderes mundiales en muchos sectores, se han acercado con más retraso al mercado de Naciones Unidas, un mercado de gran potencial en el que la empresa española es todavía una gran desconocida. En este sentido, los contratos ganados por empresas españolas apenas representan el 0,36 por ciento del total de compras del sistema, lo que nos sitúa en el puesto 57 del total de proveedores. Estos datos reflejan la todavía insuficiente presencia de las empresas españolas en el sistema de compras de Naciones Unidas y resultan especialmente llamativos cuando se comparan con los éxitos obtenidos por las empresas españolas en los mercados internacionales en general y en los mercados de compras públicas en particular.

Para intentar corregir la situación que acabamos de describir, el gobierno de España ha diseñado un Plan de Acción 2016-2021 para apoyar a las empresas que deciden apostar por Naciones Unidas en su estrategia de internacionalización.

- **Organismos internacionales del sector de la defensa**

El Ministerio de Defensa continuará con la realización de jornadas en las que la industria española de defensa expone en OTAN y UE sus capacidades ante estas organizaciones. Estas jornadas se coordinan a través de la OFICAEX (Oficina de Apoyo

Exterior del Ministerio de Defensa) y de los Consejeros de Defensa ante dichas organizaciones.

Se reforzará el portal web del Ministerio de Defensa en el que se difunde a la industria las licitaciones lanzadas por las distintas agencias OTAN.

Se tratará de incrementar la presencia de españoles en puestos de responsabilidad en la **European Defence Agency** (EDA), la **OTAN y sus agencias**, y la **OCCAR** (Organización Conjunta de Cooperación en materia de Armamento).

ANEXO V: APORTACIONES DE OTROS CENTROS DIRECTIVOS DEL MINEICO Y DE OTROS MINISTERIOS ³⁵

APORTACIONES DE LA SECRETARÍA DE ESTADO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN Y DEL CDTI (Centro para el Desarrollo Tecnológico e Industrial)

El desarrollo tecnológico y la **innovación** también deben constituir una prioridad. Las empresas españolas deben incrementar su competitividad a través de la generación e incorporación de conocimientos, tecnologías e innovaciones destinadas a la mejora de los procesos y la creación de productos y servicios tecnológicamente avanzados y de mayor valor añadido. Ello permitirá incrementar el peso de las exportaciones de productos de alto nivel tecnológico y valor añadido, permitiendo un incremento de la competitividad de nuestro sector exterior.

Para apoyar el desarrollo tecnológico y la innovación, el CDTI actúa en los siguientes ámbitos:

1. Apoyo a la cooperación tecnológica internacional, mediante la promoción, orientación y gestión de proyectos de cooperación tecnológica internacional (PCTI) dentro de los Programas Multilaterales (EUREKA, EUROSTARS, IBEROEKA), Bilaterales de CDTI con otras Agencias de terceros países o del instrumento Unilateral. Estos proyectos, de I+D+i orientada a mercado, han de ser realizados en colaboración efectiva de empresas y otros socios vinculados por acuerdos de consorcio.
2. Soporte al despliegue internacional de las empresas, apoyando la implantación internacional de las empresas españolas con tecnologías propias, aprovechando recursos de CDTI, o de Instituciones y/o actores privados de los otros países conocidos a través de la Red Exterior.
3. Alerta y apoyo sobre oportunidades del mercado internacional con base tecnológica, por detección de oportunidades en licitaciones internacionales en mercados públicos o privados, en sectores donde la tecnología cobra especial relevancia y con muestras de demanda temprana. Son necesarias actuaciones CDTI para conectar la demanda externa y la oferta tecnológica española, incluido el apoyo financiero de CDTI y experiencias de Compra Innovadora internacional.
4. Cooperación Interinstitucional AGE, mediante el apoyo de la Red Exterior a Instituciones de la AGE gestoras de la I+D+i en sus relaciones con Instituciones

³⁵ Este anexo recoge las aportaciones realizadas a la Estrategia de Internacionalización 2017-27 y Plan de Acción 17-18 que no se han incluido en su totalidad en el texto del documento que describe la Estrategia y el Plan.

de otros países y su colaboración con Organismos de la AGE orientados a las relaciones internacionales, al comercio y la inversión internacional.

5. Cooperación Interinstitucional Exterior, para crear condiciones favorables a la cooperación tecnológica, tratando de asegurar la financiación de los socios extranjeros de las empresas españolas, mediante la realización y gestión de Acuerdos de Colaboración de CDTI con otras Agencias e Instituciones de otros países. Los Acuerdos se desarrollan mediante Planes de Trabajo anuales que suelen conllevar Llamadas/Convocatorias de proyectos.
6. Servicios internos de CDTI en el exterior: Representación por los delegados de la Red Exterior de todas las unidades del CDTI, a todos los efectos, en los países de su ámbito de actuación. Ejemplos: apoyo a la captación de capital de inversión de otros países para reforzar acciones CDTI de capital riesgo o desinversión en participadas; representación de CDTI en Comités y reuniones relacionadas con el PM de la UE, Espacio y Grandes Instalaciones.

APORTACIONES DE LA SECRETARÍA GENERAL DE INDUSTRIA Y DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA

- **ENISA** continuará apoyando proyectos de emprendimiento en su fase inicial, que es en la que a los emprendedores les resulta más difícil conseguir financiación bancaria tradicional, a través de dos líneas de financiación específicas: Jóvenes Emprendedores y Emprendedores.

Por otra parte, ENISA continuará ofreciendo la línea Competitividad para facilitar el acceso al crédito a empresas más maduras. Esta línea está adaptada tanto a las necesidades de las empresas que necesitan enfrentarse a unos mercados globales y competitivos, donde la variable dimensión resulta estratégica, como a las necesidades de financiación de empresas participadas por fondos de capital riesgo que necesitan un volumen importante de fondos para sus inversiones, para las cuales el paso obligado es la captación de recursos financieros en los mercados regulados, como son el MAB y el MARF (Mercado Alternativo de Renta Fija).

- **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, suscrita para el periodo 2017-2018, generará en los próximos 2 años 150 millones de euros en préstamos. Será canalizada 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.

Se trata de la primera vez que se pone en marcha una iniciativa de este alcance para todo el sector en España y con un importante apoyo de fondos públicos, tanto de la Unión Europea como de la Secretaría General de Industria y PYME a la que está adscrita CERSA.

La Unión Europea, a través del FEI, cubre el 70 % del riesgo de la financiación concedida a las PYME para facilitar su acceso al crédito. Los préstamos podrán ser solicitados por PYME de cualquiera de los sectores relacionados con las industrias culturales y creativas. De esta forma, se responde a las necesidades específicas de financiación de este sector, que por desarrollar

fundamentalmente activos de carácter intangible, encuentran mayores dificultades para ofrecer garantías suficientes a las entidades de crédito.

APORTACIONES DEL MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES Y DE COOPERACIÓN (MAEC)
--

En relación al Plan de Acción 2017-2018 se subraya que, según el RD342/2012, es misión del Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación, entre otras, fomentar las relaciones económicas, culturales y científicas internacionales y negociar y tramitar los Tratados Internacionales de los que España sea parte. Estas competencias se ejercerán en coordinación y sin perjuicio de las que correspondan a otros Departamentos ministeriales.

Por eso el MAEC continuará poniendo la red exterior al servicio de los intereses económicos de España y de nuestras empresas, aprovechando su experiencia y capacidad de acción en los países de destino.

En este sentido, cabe hacer los siguientes comentarios:

- La Secretaría de Estado de Comercio puede contar con el MAEC para la difusión de todo aquello que considere oportuno, como los beneficios de los acuerdos comerciales, objetivos de desarrollo sostenible, régimen de sanciones, etc.
- En la difusión entre las empresas de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, la Secretaría de Estado de Cooperación y la AECl tiene una larga experiencia, así como otras entidades (Global Contact, Forética...)
- Por lo que se refiere a las licitaciones en IFIs y UE –a las que habría que añadir las agencias de Naciones Unidas y otros organismos internacionales- los embajadores tienen instrucciones de prestar el apoyo a nivel político cuando las circunstancias lo requieran. En el marco de la Estrategia de Política Exterior, los intereses económicos siempre están presentes junto con otros relativos a la seguridad, DDHH, justicia, cultura etc. Y el MAEC los tiene en cuenta en los viajes que realiza.

APORTACIONES DEL MINISTERIO DE DEFENSA (MINISDEF)

- ❖ El apoyo a la presencia exterior de las empresas españolas del sector de la defensa lo lleva a cabo la Oficina de Apoyo Exterior (OFICAEX).

La industria española de defensa es un sector estratégico para la economía y constituye un elemento esencial en el proceso de obtención de capacidades militares para nuestras Fuerzas Armadas, por lo que el desarrollo y fortalecimiento de una base tecnológica e industrial competitiva y capaz es un objetivo primordial de la política española en este campo.

Las limitaciones de nuestro mercado interior de defensa y la escasez de nuevos programas internacionales de cooperación, obligan a que, para la evolución hacia un modelo sostenible de este sector industrial, las empresas implicadas adopten una estrategia corporativa de crecimiento en mercados internacionales.

Además, las especificidades del sector de la defensa hacen que el apoyo y el respaldo institucional del Departamento sean, en muchos casos, imprescindibles para el acceso de la industria nacional a los mercados internacionales.

Por ello, el MINISDEF, mediante la Instrucción 25/2013, de 22 de abril, del Secretario de Estado de Defensa, decidió revisar la normativa por la que, en 1993, se había constituido inicialmente la Oficina de Apoyo Exterior (OFICAEX), al objeto de actualizarla e impulsar el apoyo institucional a la internacionalización de la industria española de defensa.

La Oficina de Apoyo Exterior (OFICAEX) del Ministerio de Defensa es un órgano que tiene como objeto el apoyo a la presencia en el exterior de las empresas españolas de Defensa y se encuadra orgánicamente en la Subdirección General de Relaciones Internacionales de la Dirección General de Armamento y Material.

El apoyo institucional a la internacionalización de la industria española de defensa consiste en la asistencia y el patrocinio que, en particular, presta el Ministerio de Defensa para promover el proceso de internacionalización del sector industrial nacional de la defensa, apoyando su esfuerzo exportador y facilitando su crecimiento en mercados internacionales.

La OFICAEX desempeña los siguientes cometidos:

- a) Valora y asesora acerca de la oportunidad, conveniencia y alcance de las operaciones de apoyo institucional a la internacionalización de la industria española de defensa.

b) Contribuye a la planificación y coordinación de las actuaciones del Departamento que puedan favorecer el apoyo institucional a la internacionalización de la industria española de defensa, y apoya la coordinación de estas actuaciones con las de otros departamentos ministeriales y entidades ajenas.

c) Se relaciona, en coordinación con el órgano correspondiente de la Dirección General de Política de Defensa del MINISDEF, con los agregados y consejeros de defensa, para los asuntos relativos a la cooperación internacional en armamentos y el apoyo institucional a la internacionalización de la industria española de defensa.

d) Proporciona a las asociaciones y empresas del sector información actualizada sobre los mercados exteriores.

e) Da a conocer y promueve en los mercados exteriores, las capacidades de la industria española de defensa.

f) Facilita y apoya la promoción y comercialización del material excedente.

g) Presta apoyo en la preparación de contratos entre gobiernos, en coordinación con el órgano competente de la Dirección General de Asuntos Económicos del MINISDEF.

- ❖ Sobre los ejes de actuación en los que se estructuran la Estrategia de Internacionalización 2017-27 y el Plan de Acción 2017-18, el Ministerio de Defensa prevé realizar las siguientes actuaciones:

Eje 1: Apoyo a la internacionalización cada vez más adaptado a las necesidades y al perfil de las empresas

- Continuar con el apoyo institucional a la industria española de defensa a través de la Oficina de Apoyo Exterior (OFICAEX)

La Directiva de Defensa Nacional 2012, que es el documento de 1º nivel de las Fuerzas Armadas Españolas para el planeamiento de sus actividades, establece como directriz el impulso de la industria nacional del sector, suministrador idóneo de las necesidades de nuestras Fuerzas Armadas; ahora bien, la limitada entidad de nuestro mercado interior de defensa hace que la sostenibilidad del sector pase necesariamente por la internacionalización.

La OFICAEX tiene asignada la función de impulsar el apoyo institucional a la internacionalización de la industria española de defensa. La especificidad del mercado de defensa aconseja que el apoyo institucional a la industria española de defensa sea una función de Estado que no admite externalización y que sea la propia Administración la que ejerza en primera persona las funcionalidades asociadas a dicho apoyo, en un marco de absoluta transparencia y no discriminación.

Se continuará con las actividades de la OFICAEX, entre las que se destacan:

- La realización de Reuniones Bilaterales y Jornadas industriales con los países y organizaciones internacionales de actuación prioritaria para la industria española de defensa.
 - El impulso a la firma de MoUs o Acuerdos de Cooperación en el ámbito del material e industria de defensa.
 - La difusión de oportunidades a las empresas españolas y la promoción de sus capacidades en el exterior.
 - La promoción de la comercialización del material excedente de las FAS. La venta de este tipo de material, que se realiza entre gobiernos, es una oportunidad para la industria española de defensa que podría realizar las tareas de modernización y puesta a punto del material. Además de servir como puerta de entrada en el exterior de nuevos materiales fabricados en España.
 - Consolidar el Catálogo oficial de la Industria Española de Defensa, cuya 1ª edición es de 2016, con la edición de 2017-18, que incluirá, como novedad, una traducción al idioma árabe, además de las existentes en español e inglés.
- Acuerdos para el intercambio y protección recíproca de información clasificada.

Continuar impulsando desde el MDEF la firma de Acuerdos para el intercambio y protección recíproca de información clasificada con aquellos países de interés para nuestra industria. Estos Acuerdos constituyen un instrumento jurídico esencial, que favorecen el desarrollo de la industria española de la defensa y los intercambios comerciales de España con otros países en este sector.

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

- Implantar en el MDEF el “Portal de atención a la industria de defensa”

Este Portal facilitará a las industrias, entre otros, la identificación de posibles socios o compañías complementarias con los que impulsar proyectos en el ámbito nacional e internacional.

- Difusión y aplicación de la “Estrategia Industrial de Defensa” y de la “Estrategia de Tecnología e Innovación para la Defensa”

Estos documentos, aprobados en 2015, recogen cuáles son las metas y objetivos respecto a la industria española de defensa y respecto a las líneas de investigación de interés para el Ministerio respectivamente, lo que permitirá orientar las actividades de la industria del sector, conocer las necesidades de la Administración y favorecer su integración.

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

- Participación en el Plan de Acción Europeo de la Defensa (EDAP)

El Plan de Acción Europeo de Defensa (EDAP), adoptado por la Comisión Europea el 30 de noviembre de 2016, tiene como objetivo el desarrollo de capacidades y el apoyo a la industria Europea de Defensa. Contempla tres pilares:

- Fondo Europeo de Defensa

El Fondo Europeo de Defensa propone utilizar fondos del presupuesto UE para financiar el proceso de obtención de una capacidad estratégica a nivel UE, e incluye dos ventanas de actuación complementarias: 1) un programa específico de investigación en defensa y 2) la ventana de capacidades (art. 173 TFUE) para facilitar la adquisición conjunta de capacidades. Para el apoyo a las Pymes y a la formación de cadenas de suministros transnacionales, la Comisión propone explotar las posibilidades relacionadas con el Banco Europeo de Inversiones.

- Fomento de las inversiones en la cadena de suministradores de defensa

- Fortalecimiento del mercado único de defensa europeo

Además tratará de maximizar las sinergias civiles/militares en consonancia con otras políticas y otros sectores de la UE.

Bajo la dirección de la Dirección General de Armamento y Material (DGAM) del MDEF se ha establecido un grupo de trabajo interministerial sobre el EDAP, con el objetivo de coordinar y elaborar las posiciones nacionales en los diferentes foros y actividades que se desarrollen con motivo de la implementación del EDAP.

- Difusión de las capacidades de la industria de defensa ante otros organismos internacionales

Se continuará con la realización de Jornadas / “*Industry Days*” en los que la industria Española de Defensa expone en OTAN y UE sus capacidades ante estas Organizaciones y ante el personal, tanto extranjero como español allí destinado. Estas jornadas se coordinan a través de la OFICAEX y de los Consejeros de Defensa ante dichas Organizaciones.

Se reforzará el portal web del MDEF en el que se difunden a la industria las licitaciones lanzadas por las distintas Agencias OTAN.

Se tratará de incrementar la presencia de españoles en puestos de responsabilidad en la EDA (*European Defence Agency*), la OTAN y sus Agencias y la OCCAR.

Eje 6: Coordinación y complementariedad de acciones entre todos los actores relevantes en materia de internacionalización

- Reforzar la cooperación entre las Agregadurías de Defensa y las Consejerías comerciales

El Ministerio de Defensa elabora con carácter anual un Programa Bienal de Diplomacia de Defensa, estando actualmente en vigor el Plan Bienal 2016-17, que recoge y orienta el conjunto de actividades internacionales que se pretenden realizar a nivel bilateral con nuestros aliados, socios y países amigos.

Dichas actividades se canalizan principalmente a través de las Agregadurías de Defensa, que están acreditadas ante los países de interés para el MDEF, tanto desde el punto de vista de Política de defensa y operativo como teniendo en cuenta las posibilidades de cooperación en el ámbito industrial y tecnológico. A través de los agregados de defensa se difunden las capacidades de la industria española del sector y se trasladan a esa misma industria las posibles oportunidades que en un futuro se van a presentar.

Se considera conveniente por tanto reforzar la coordinación con los embajadores y consejeros comerciales en aquellos países de interés para la cooperación industrial y tecnológica en los que no haya acreditados Agregados de Defensa.

- Coordinación con las Asociaciones del sector y otros Organismos

Se continuará coordinando desde la Oficina de Apoyo Exterior (OFICAEX) del MDEF sus actuaciones en apoyo a la internacionalización de la industria de Defensa con otros organismos de la Administración española, especialmente con aquellos del Ministerio de Economía, Industria y Competitividad y con el Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación. Así se participará en el Grupo de Trabajo Interministerial de Internacionalización de la economía española y en el Grupo de Trabajo *ad-hoc* de Defensa.

Se considera necesario relanzar las actividades del citado Grupo de Trabajo *ad hoc* de Defensa, por ser el foro específico interministerial de apoyo a la industria del sector de defensa.

Se continuará también con las reuniones periódicas de coordinación entre la OFICAEX y las asociaciones de la industria del sector (TEDAE y AESMIDE), el ICEX y el MAEC. En particular, se coordinará con dichos interlocutores el Plan anual de acción exterior que elabora la OFICAEX y su ejecución en relación a los países prioritarios para la industria de defensa. (Dichos países coinciden prácticamente, pero no siempre, con los países objeto de los Planes Integrales de Desarrollo de Mercado – PIDM- de la Secretaría de Estado de Comercio).

APORTACIONES DEL MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE (MECD)**Eje 1: Ofrecer un apoyo a la internacionalización cada vez más adaptado a las necesidades y al perfil de nuestras empresas**Dinamización de hubs o viveros creativos

Los Espacios Creativos, incubadoras o viveros de proyectos y empresas culturales, han adquirido una gran relevancia como respuesta a la nueva economía colaborativa y a las necesidades de las ICC. La Secretaría de Estado de Cultura considera prioritario el apoyo a este tipo de espacios como motor de desarrollo del sector. Debido a esto, en los dos últimos años se ha impulsado la celebración de encuentros de colaboración y networking entre gerentes de toda España, que se han confirmado como necesarios para mantener y seguir incrementando la conectividad entre los profesionales del sector. Impulsando la dinamización de hubs o viveros creativos, se trata de potenciar la actuación conjunta entre las ICC, apoyando iniciativas de colaboración entre los agentes del sector para alcanzar una masa crítica suficiente, una mayor conexión con el resto de agentes del sistema de innovación de su entorno y, en definitiva, contribuir a la mejora de su competitividad. La organización de estos encuentros persigue el impulso del proceso asociativo, el incremento de la conectividad entre los distintos agentes del sector en nuestro país y Europa, así como la reflexión sobre el papel que juegan dichos espacios en el emprendimiento y la innovación, y el debate sobre la sostenibilidad económica y las posibilidades de financiación, tanto pública como privada.

Eje 2: Incorporar la innovación, la tecnología, la marca y la digitalización a la internacionalizaciónAyudas para la modernización e innovación de las industrias culturales y creativas

Dirigida a profesionales inscritos en el Régimen Especial de trabajadores autónomos, las pequeñas empresas y las microempresas y dotada con una cuantía de 1.491.352 euros. 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, para ello las ayudas se dirigen a:

- Promover las inversiones para la creación y difusión de contenidos digitales culturales en productos y servicios, aumentando a su vez la calidad de la oferta legal de contenidos digitales culturales en Internet
- Promover las inversiones que permitan la modernización, innovación y desarrollo tecnológico de las industrias culturales y creativas.

- Incrementar la generación de empleo fomentando el desarrollo, la profesionalización y la vertebración del sector de las industrias culturales y creativas.
- Impulsar la internacionalización de las industrias culturales y creativas, y fomentar la oferta turística cultural mediante aplicaciones vinculadas a Internet y a las nuevas tecnologías.

Eje 3: Desarrollar el capital humano para la internacionalización

1. Aula Mentor, el programa del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de formación abierta y flexible a través de Internet para la ampliación de las competencias personales y profesionales de las personas adultas, ofrece un curso sobre Internacionalización de PYMEs, cuyo objetivo es realizar una reflexión de carácter estratégico que ayude a los emprendedores y empresarios de pequeñas y medianas empresas a valorar aspectos como la política de comunicación y promoción en el exterior, los aspectos financieros asociados a la exportación, la gestión del transporte internacional y los instrumentos de apoyo a la internacionalización. Este curso, por un lado, se podría ver beneficiado en su planteamiento y contenido con todas los instrumentos que puedan ser obtenidos de los trabajos realizados en el seno del grupo de trabajo interministerial y por otro lado podría constituir el germen de una campaña de sensibilización, información e impulso de las acciones. Por supuesto, vendría a sumarse al resto de iniciativas de formación que se impulsan desde otros organismos y entidades.
2. Mantener actualizado el catálogo de títulos de formación profesional en colaboración con todos los agentes implicados para que estos títulos respondan a las necesidades de los sectores productivos y permitan, de este modo, la competitividad de las empresas y sus posibilidades de internacionalización.
3. Ampliar la participación del tejido empresarial en los procesos de enseñanza-aprendizaje a través de la formación profesional dual, lo que facilitará la transferencia tecnológica y de conocimientos y la innovación entre centros educativos y las empresas, y por lo tanto, la mejora de la competitividad tanto de los centros educativos como de las empresas.
4. Impulsar la utilización de las nuevas tecnologías que permita a nuestros estudiantes, futuros trabajadores, afrontar las necesidades del progreso de la industria 4.0 (Industria conectada).
5. Convocar premios a la a la calidad e innovación en orientación y en formación profesional, a fin de distinguir buenas prácticas en los ámbitos de la calidad y de la innovación en la Formación Profesional del Sistema educativo y reconocer la trayectoria y el esfuerzo de profesores y equipos de profesores y alumnos de

centros docentes que trabajan en la búsqueda de respuestas educativas y profesionales innovadoras y de calidad.

6. Promover la movilidad del alumnado y del profesorado de formación profesional en estancias de formación en el exterior, fundamentalmente en empresas. La movilidad transnacional tiene importantes repercusiones: es un medio fomentar la ciudadanía europea activa y reforzar la comprensión mutua e intercultural, es un escenario que permite entender la cohesión económica y social, y es un contexto facilitador de transferencia tecnológica y de conocimientos. En el marco del programa Erasmus+, más de 9.000 estudiantes y docentes de Formación Profesional Básica, Grado Medio y Certificados de Profesionalidad realizan prácticas en empresas y periodos de formación en Europa, con una financiación de más de 30 millones de euros anuales.
7. Apoyar la movilidad de los estudiantes de educación superior en el marco del Programa Erasmus+ de la Unión Europea, mediante la aportación de financiación adicional a la subvención asignada a España por la Comisión Europea, para la realización de estancias de estudios en otras instituciones de educación superior, así como de prácticas en empresas, en los países del programa (europeos) o asociados (del resto del mundo). La aportación complementaria del MECD ascendió en 2017 a un importe total de 29 millones de euros y se prevé para 2018 un incremento hasta los 30 millones, de los que se estima que se benefician más de 45.000 estudiantes. La totalidad del programa para el año 2017 ha superado los 178 millones de euros. Toda información sobre el programa Erasmus+ se puede consultar en la página web <http://www.sepie.es/index.html>
8. Fomentar el uso de lenguas extranjeras que permita la participación en programas de movilidad, buscar y comprender información de calidad, tener acceso a las diferentes oportunidades de formación y mejorar la empleabilidad al poder responder a las exigencias derivadas de la internacionalización de las empresas.
9. Se mantienen los programas de prácticas en empresas, FARO y ARGO. Estas prácticas en empresas se realizan en el extranjero y están dirigidas a estudiantes de posgrado

<http://www.mecd.gob.es/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/catalogo/general/educacion/202476/ficha.html>.
10. Se mantiene el programa de estancias breves para contratados FPU (Formación del Profesorado Universitario), estas ayudas pueden ser objeto de consulta en el siguiente enlace:

<http://www.mecd.gob.es/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/catalogo/general/educacion/200487/ficha.html>).

11. La Secretaría General de Universidades ha publicado el 11 de mayo de 2017 el acuerdo del Consejo de Universidades por el que se ordenan las enseñanzas universitarias oficiales de Grado, en relación con el Real Decreto 43/2015, de 2 de febrero, uno de cuyos objetivos principales es la internacionalización de los egresados universitarios españoles dentro del Espacio Europeo de Educación Superior.

El plan de estudios de un título oficial de Grado puede tener entre 180 y 240 créditos ECTS, por lo que se hace necesario que el estudiante conozca la carga lectiva de los estudios universitarios que quiere cursar.

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

1. Impulsar el acceso competitivo de nuestras empresas de contenidos creativos al Mercado Único Digital de la Unión Europea, ventana de oportunidad para nuestro sector cultural, que cuenta con la ventaja de utilizar un idioma de enorme atractivo como es el español. Para ello es necesario, por un lado, promover en las instituciones de la Unión Europea que las bases regulatorias del Mercado Único Digital provean unas condiciones de competencia iguales para todos los operadores del mercado, con una elevada protección de los derechos de propiedad intelectual; y, por otro lado, que se facilite el acceso a contenidos protegidos en otros territorios, a través de mecanismos como las licencias multiterritoriales.
2. 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. Los detalles de esta línea se describen en el epígrafe de la Secretaría General de Industria y de la PYME de este anexo.

La línea, suscrita para el periodo 2017-2018, generará en los próximos 2 años 150 millones de euros en préstamos. Será canalizada 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.

Se trata de la primera vez que se pone en marcha una iniciativa de este alcance para todo el sector en España y con un importante apoyo de fondos públicos, tanto de la Unión Europea como de la Secretaría General de Industria y PYME a la que está adscrita CERSA.

La Unión Europea, a través del FEI, cubre el 70 % del riesgo de la financiación concedida a las PYME para facilitar su acceso al crédito. Los préstamos podrán ser solicitados por PYME de cualquiera de los sectores relacionados con las industrias culturales y creativas. De esta forma, se responde a las necesidades específicas de financiación de este sector, que por desarrollar fundamentalmente activos de carácter intangible, encuentran mayores dificultades para ofrecer garantías suficientes a las entidades de crédito.

3. Impulsar el acceso competitivo a los fondos europeos destinados a la internacionalización y desarrollo de las ICC, a través del Punto nacional de Contacto del programa Europa Creativa, alojado en la Secretaría de Estado de Cultura.

Esta oficina ofrece un servicio de información y asesoría gratuita a todas las entidades del sector (tanto PYMEs y grandes empresas como asociaciones) sobre el programa específico de la UE de apoyo a las ICC europeas a través de subvenciones directas, vigente para el período 2014-2020. De manera complementaria, dicho servicio ayuda también a los operadores a identificar otros fondos comunitarios afines.

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

En el ámbito de los videojuegos España ocupa un papel destacado en la producción de servicios intermedios a las grandes multinacionales, pero adolece de falta de producto de consumo final.

Se está trabajando en promover medidas de apoyo fiscal específicas, similares a sectores como el cine: deducción para productores que se encarguen de la ejecución de una producción extranjera de obras -que permitan la confección de un soporte físico previo a su producción industrial seriada- por el 15% de determinados gastos realizados en territorio español.

Eje 6: Reforzar la coordinación y complementariedad de acciones entre todos los actores relevantes en materia de internacionalización.

1. Intensificar la colaboración ya existente en materia de Enseñanza y Aprendizaje de Español como Lengua Extranjera (ELE) de la red de Consejerías de Educación en el exterior con el ICEX con el objetivo de aprovechar aún más el español

como recurso económico cultural y potenciar las actividades en el exterior del sector educativo y editorial español dedicado a ELE.

2. Potenciar la colaboración ya existente en materia de internacionalización del sistema universitario español entre la red de Consejerías de Educación en el exterior, el Servicio Español de Internacionalización de la Educación (SEPIE) y el ICEX, para mejorar la presencia y la imagen del sistema universitario español en todo tipo de ferias y eventos de promoción educativa y captación de estudiantes.
3. Dinamizar las acciones planteadas en la Estrategia de Internacionalización de las Universidades españolas (2015-2020), involucrando a todos los actores implicados en la misma, con el fin de potenciar la calidad de los elementos estructurales que inciden en la internacionalización de la educación superior, el afianzamiento de la presencia española en los mercados más atractivos y accesibles así como la apertura y búsqueda de nuevos mercados aprovechando la importante oferta de *English Taught Programs*.

APORTACIONES DEL MINISTERIO DE EMPLEO Y SEGURIDAD SOCIAL (MEYSS)

Eje 1: Ofrecer un apoyo a la internacionalización cada vez más adaptado a las necesidades y al perfil de nuestras empresas.

Se informará a las empresas de los servicios que las Consejerías de Empleo y Seguridad Social ofrecen a los trabajadores españoles desplazados a empresas españolas en el extranjero. Se fortalecerá la coordinación con las Oficinas Económicas y Comerciales en esta materia y se facilitará a los trabajadores expatriados y a las empresas para las que prestan servicios un mejor canal para la realización de sus trámites en materia laboral y de Seguridad Social, así como mayor información y orientación sobre los efectos de la expatriación en el ámbito laboral y de las pensiones de Seguridad Social.

Eje 3: Desarrollar el capital humano para la internacionalización.

La comunicación de la sección de movilidad internacional, hasta la fecha, ha sido un ámbito de trabajo conjunto entre las autoridades migratorias y las comerciales. Se considera oportuno ampliar el ámbito de las Oficinas Económicas y Comerciales, a fin de incluir a otros actores (MEySS; MAEC; MIR) y al propio ICEX. Es necesario que en el ámbito de la comunicación y divulgación se sigan manteniendo las actividades de difusión en colaboración con el conjunto de agentes implicados en la elaboración e implementación de la sección de movilidad internacional tal y como concluía el primer informe de evaluación de la Ley 14/2013. Por otro lado, la propia Ley 14/2013 prevé en su disposición final undécima la elaboración anual de un informe sobre la aplicación de esta sección de movilidad internacional, que actualmente se encuentra en fase de elaboración y próximamente será concluido, previa coordinación con el resto de actores implicados (Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación, Ministerio del Interior y Ministerio de Economía, Industria y Competitividad). En este informe podrán identificarse nuevas medidas o acciones que mejoren la internacionalización de la economía española.

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

En relación con el impulso la firma de acuerdos comerciales y de inversiones de la UE con terceros países, que reflejen adecuadamente los intereses españoles, el Ministerio de Empleo y Seguridad Social señala que:

Se ha negociado con China un Convenio en materia de Seguridad Social que regula el desplazamiento de trabajadores, cuya firma tuvo lugar en mayo de 2017 en Alemania, con ocasión de la reunión de los ministros de empleo del G-20.

-
- Entre México y España ya existe un Convenio Bilateral de Seguridad Social y se ha realizado una propuesta de ampliación del desplazamiento a las autoridades mexicanas.
- El Convenio Multilateral Iberoamericano de Seguridad Social, en vigor en España desde 2011, es de aplicación en 11 países Iberoamericanos: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Ecuador, El Salvador, España, Paraguay, Perú, Portugal y Uruguay.
- Asimismo, con Japón existe un Convenio Bilateral en materia de Seguridad Social que regula el desplazamiento de trabajadores durante un plazo inicial de 5 años, que son posteriormente prorrogables.

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

Refuerzo del Programa de Movilidad Internacional: se continuará dando a conocer el marco normativo para facilitar la entrada y residencia en nuestro país de profesionales altamente cualificados, emprendedores, traslados intraempresariales, investigadores e inversores extranjeros-, a través de la actualización de la web, de folletos y de la creación de nuevos programas de comunicación que serán planteados y difundidos de forma conjunta por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social, el Ministerio del Interior, el Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación, el Ministerio de Economía, Industria y Competitividad y el ICEX. Estas actividades de difusión se dirigirán a los potenciales beneficiarios de la Ley así como a aquellas organizaciones e instituciones públicas que poseen una mejor y mayor capacidad de llegar al mayor número de potenciales beneficiarios; valorándose, en este punto, la elaboración conjunta de un Plan de Comunicación, en cuya difusión participarán, entre otras, las Oficinas Económicas y Comerciales y las Direcciones Territoriales y Provinciales de Comercio. Se fortalecerá la colaboración con las Consejerías de Empleo y Seguridad Social en la difusión de este Programa.

Eje 6: Reforzar la coordinación y complementariedad de acciones entre todos los actores relevantes en materia de internacionalización.

El impulso del Grupo Interministerial de Apoyo a la Internacionalización y sus grupos de trabajo ayudarán, por una parte, a consolidar canales de comunicación con otros ministerios competentes, y también a conocer más directamente las necesidades de los empresarios en su proceso de internacionalización. Ello permitirá, por ejemplo en materia de Seguridad Social, iniciar propuestas de Convenio bilateral con aquellos países que puedan ser de mayor interés para las empresas españolas que buscan o quieren consolidar nuevos mercados. En este ámbito, desde el Ministerio de Empleo y Seguridad Social se propondría la negociación de Acuerdos a aquellos países con los

que aún no existe un convenio bilateral de Seguridad Social, o bien, se estudiaría la modificación de los ya existentes para ampliar el plazo de desplazamiento previsto para los trabajadores (lo que permite a las empresas, y a los trabajadores que estas desplazan, mantener el vínculo con la Seguridad Social española por más tiempo y no tener que cotizar en el país de destino).

Refuerzo de la colaboración de las Consejerías de Empleo y Seguridad Social con las Oficinas Económicas y Comerciales y con las correspondientes Cámaras Oficiales de Comercio españolas en el extranjero.

APORTACIONES DEL MINISTERIO DE ENERGIA, TURISMO Y AGENDA DIGITAL**Comentarios generales**

Conviene reseñar con carácter general la importancia de la tecnología como factor crítico de éxito, así como de ventaja competitiva e imagen de marca de la empresa española y que entendemos debe ser un componente transversal a todos los segmentos de mercado y estar presente en todas las misiones y estrategias de producto, siendo este un sector con gran capacidad en España.

Cabría además una referencia en este punto a las oportunidades comerciales que surgirán del mercado único digital y de una futura agenda digital.

Con carácter general entendemos que la estrategia que se está definiendo debe contemplar por un lado acciones a corto, medio y largo plazo tanto por la secuencialidad y dependencia de las acciones como por la viabilidad de realizarlas y su ventana de oportunidad. Por otro lado, siendo una estrategia muy completa y con gran coordinación entre todos los agentes del sector público, se considera imprescindible para el éxito contemplar un modelo de implementación práctica.

Con respecto a la definición de estrategias que mejoren la internacionalización, es importante definir éstas a través de los pares mercado-país y sector tecnológico, alineando además dicha estrategia con estudios-país específicos sobre los sectores de interés.

El trabajo previo en colaboración con todos los actores involucrados es clave para el éxito de la internacionalización, definiendo dentro de la estrategia aquellas prioridades por países y sectores y por tanto no solo países por variables macroeconómicas. Hay gran cantidad de mercados y nichos con capacidad de crecimiento en materia internacional, pero dependiendo del país, los intereses pueden oscilar según sector, al menos en los subsectores tecnológicos.

El conocimiento de la oferta española es imprescindible para todos los actores de la cadena de valor tanto para la comercialización nacional como internacional, así como para el aprovechamiento de todas las medidas horizontales de la administración y las OFECOMES. La forma de articularlo es importante, se propone un catálogo o incluso más allá, un Marketplace.

Colaboración institucional

La internacionalización de los planes y políticas públicas de la administración como forma de internacionalización de la industria asociada. Por ejemplo, en el caso del Plan Nacional de Ciudades Inteligentes (Smart cities).

Favorecer a través de la colaboración institucional la puesta en contacto de la demanda extranjera con la oferta nacional (ENISA, Ciberejercicios, etc).

Transformación digital de la PYME

Se propone incorporar la capacitación y formación en TIC como necesaria capacitación para afrontar el efecto transversal de la transformación digital. Esta formación y capacitación entendemos debería incluir también la formación y capacitación de la empresa pyme tecnológica.

Startups

Incluir una especial atención a las startups, ya que la mayoría de éstas nacen ya con vocación internacional y han de ser tratadas de forma específica. Por ejemplo, en el caso de las tecnologías del lenguaje, el problema detectado es la dificultad incluso del salto de spinoff de la Universidad a micropyme.

Colaboración con Organismos internacionales e Instituciones financieras multilaterales (IFI)

La definición de estándares es uno de los pilares clave para definir mercado e industria. La SESIAD trabaja intensamente en la UIT para elevar las normas nacionales de Ciudades Inteligentes a recomendación internacional, como una vía de internacionalización de la industria española. Actualmente está en proceso la norma de interoperabilidad (Y.SSCP) así como la norma de datos abiertos, Smart Rural y Smart Destinations.

Mantener una mayor colaboración con MINEICO en la relación con las IFIs, de cara a definir prioridades de selección de proyectos y adjudicación desde el punto de vista tecnológico y alineado con los Planes Sectoriales de la SESIAD, como las Smart Cities, Tecnologías del Lenguaje, Ciberseguridad y ejes de una futura Agenda Digital.

Apoyo a la internacionalización cada vez más adaptado a la medida de nuestras empresas

Se propone incluir el diseño de una oferta de instrumentos de apoyo a la internacionalización que incluya además de sectores la distinción por zonas geográficas/países.

Compartir la información sobre empresas exportadoras, de tal forma que puedan realizarse análisis sectoriales en colaboración con los ministerios sectoriales competentes, así como completar la información del censo de empresas sectorial TIC.

Se propone analizar la posibilidad de establecer programas de colaboración con otros países, por ejemplo analizar la viabilidad de establecer acuerdos con plataformas de startups para intercambio y crecimiento conjunto, así como el impulso de hackatones internacionales para fomentar el emprendimiento internacional.

Estrategias de entrada a nuevos mercados

Por otro lado, se considera necesario analizar factores comunes en la estrategia de entrada a nuevos mercados, factores que tienen que ver con la inteligencia de mercado que se describirá a continuación. De esta forma, se aprovecharían mejor los instrumentos de apoyo horizontales existentes de la administración y habría una probabilidad de éxito mayor y una mejor trazabilidad sobre las oportunidades, estableciendo dos ejes capacitadores a través de:

- *Networking* entre los actores implicados para definir inteligencia de mercado y una propuesta de oferta atractiva de productos/servicios españoles innovadores de valor añadido interesantes para la exportación de calidad.
- Visibilidad internacional, con asistencia a los foros internacionales más relevantes y especializados en la materia y contactos con los grandes compradores de demanda sofisticada.

Como herramienta básica de trabajo tanto para todas las administraciones como para los potenciales clientes se propone además poder contar de manera centralizada y por sector de una herramienta a modo de catálogo de oferta española (existe ya por ejemplo para las empresas de ciberseguridad, a través de INCIBE), que debería estar traducido a todos los idiomas posibles.

Desde la **Secretaría de Estado de Turismo** mencionar que el turismo es uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) “el turismo iguala o incluso supera al de las exportaciones de petróleo, productos alimentarios o automóviles”³⁶.

Según el barómetro de la OMT de enero de 2017, en el año 2016 se desplazó por todo el mundo un total de 1.235 millones de turistas internacionales, un 3,9% más respecto a 2015 (46 millones de turistas más).

La importancia cuantitativa del turismo es innegable y la importancia cualitativa del sector es aún más relevante: por su carácter transversal (genera importantes efectos arrastre en otros sectores de la economía); por ser un sector trabajo-intensivo juega un papel especial en la generación de empleo y, por ende, tiene considerables efectos redistributivos. Sin embargo, la principal cualidad del turismo es su carácter instrumental para proyectar una imagen país que pueda dar lugar a externalidades positivas de considerable magnitud que afecten a toda la economía.

³⁶ <http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>

España lleva cuatro años consecutivos batiendo sus propios records, y se ha consolidado en la tercera posición en el ranking por llegadas de turistas internacionales y en ingresos por gasto turístico (OMT, 2017). En 2016, 75,6 millones de turistas internacionales llegaron a España (+10,3%) y generaron 77.625 millones de euros de gasto turístico (+9%), según el Instituto de Turismo de España. Y el gasto medio por turista ya se sitúa por encima del 1.000 €, cifra importante para todos los destinos y para todo el sector.

La llegada de turistas internacionales a España creció en 2016 muy por encima del incremento experimentado por el sector a nivel mundial, situado en un 3,9%, y por encima también del experimentado en Europa, (un 2,0%), según el último Barómetro de la OMT sobre del Turismo Mundial (Vol. 15, enero 2017). 2017 está siendo también un año muy positivo: hasta mayo, un 11, 6% más de turistas internacionales visitaron España (27,9 millones), que han supuesto unos ingresos por gasto de 20.393,8 M€ (+15,2%). Y las previsiones para los siguientes trimestres son muy favorables.

El excelente comportamiento de esta actividad económica se refleja también en indicadores como la Balanza de Pagos, la aportación del sector al PIB y en los niveles de empleo, todos ellos datos que nos reafirman en la consideración del turismo como un sector estratégico y transversal:

- ⇒ El peso del turismo en el PIB ascendió al 11,1% en el año 2015 (Cuenta Satélite de Turismo de España, INE). Con un impacto de 119.011 millones de euros.
- ⇒ En 2016, el PIB turístico creció por encima del resto de actividades económicas: 4,9% frente a 3,2%.
- ⇒ El superávit del turismo ha sido a 31 de diciembre de 2016 de 36.040 millones de euros, un 2,3% más respecto a 2015. Y este superávit cubre el 203,8% del déficit comercial.
- ⇒ En 2016, se superan los dos millones de empleados en actividades turísticas. El empleo en las actividades turísticas aumentó interanualmente un 4,8% y representa el 12,1% del total de afiliados en alta laboral en la economía española.

Además, y de acuerdo con el Índice de Competitividad Turística a nivel mundial elaborado por el World Economic Forum (WEF)³⁷, España es líder mundial en competitividad turística, ocupando la cabeza del ranking en 2015 y en 2017. De acuerdo con dicho ranking destacan los excepcionales recursos culturales (2º) y naturales (9º), combinados con una sólida infraestructura de servicios turísticos (2º), conectividad aérea (9º) y una política turística fuerte (5º).

Estas cifras y datos son el reflejo de una trayectoria de éxito, basada en la colaboración entre administraciones y la colaboración público-privada. La calidad, experiencia y saber de las empresas turísticas españolas las ha llevado a un proceso de

³⁷ Índice mundial que comenzó a elaborarse en 2007 y se actualiza cada dos años. Se estudian 14 parámetros turísticos de un nº de países. En 2016, de 136 países.

internacionalización del que no es ajena la participación de la Secretaría de Estado de Turismo.

- Acciones de Turespaña de apoyo a la internacionalización de las empresas turísticas

Turespaña, organismo de promoción y comercialización de España en el exterior, ha contribuido a esta trayectoria de internacionalización de las empresas turísticas españolas mediante una apuesta fuerte por la promoción turística en mercados internacionales, fundamental para alcanzar un máximo de excelencia en el sector. Dentro de esta promoción e impulsando la internacionalización de la empresa turística española de manera directa, Turespaña ofrece como plataforma las Ferias Internacionales de turismo, de acuerdo con la estrategia de mercado y producto que en cada momento se determine.

APORTACIONES DEL MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y MEDIO AMBIENTE (MAPAMA)

- En relación con la coordinación interministerial, desde el MAPAMA se colaborará en el impulso de las actividades del Grupo de Trabajo de Internacionalización del Sector Agroalimentario, GTISA, así como del Comité Consultivo que depende de él y en el que se encuentran representadas todas las asociaciones y organizaciones exportadoras agroalimentarias.

Las actividades se centran, fundamentalmente, en los trabajos de coordinación puestos en marcha por las ocho mesas sectoriales:

- Cárnicos
- Frutas y Hortalizas
- Vinos
- Aceites y aceitunas
- Productos de la pesca y la acuicultura
- Lácteos
- Gastronomía
- Promoción agroalimentaria.

En ellos se lleva a cabo una intensa labor de coordinación entre los responsables de los ministerios implicados y los exportadores en la búsqueda de soluciones a los problemas que les plantea la internacionalización.

Se mantendrá en estos grupos un flujo de información sobre novedades legislativas, nuevos programas de apoyo y cualquier otro asunto de interés.

- Es importante reforzar asimismo las labores de información y asesoramiento a empresas y asociaciones sobre el acceso a la cofinanciación que ofrecen los diversos Fondos de la UE, con los que están dotados las políticas y los programas de internacionalización y promoción exterior.

**APORTACIONES DEL MINISTERIO DE SANIDAD, SERVICIOS SOCIALES E IGUALDAD
(MSSSI)**

El Instituto de la Mujer para la Igualdad de Oportunidades (IMIO) destaca que el emprendimiento femenino sigue siendo una asignatura pendiente para las instituciones y los gobiernos de los Estados Miembros de la UE. Aún existe una brecha considerable entre el número de mujeres que decide emprender y el porcentaje de trabajadores por cuenta propia. Las mujeres emprendedoras siguen enfrentando obstáculos específicos a la hora de poner en marcha sus negocios; mayor dificultad para acceder a financiación, para conciliar la vida laboral y familiar, menor nivel de rendimiento económico que existe en los sectores de actividad sobre los que suelen dedicarse las trabajadoras por cuenta propia, etc. A pesar de que las mujeres constituyen el 52% del total de la población europea, sólo son el 34,4% de los trabajadores autónomos de la UE y el 30% de los empresarios en Europa.

Hay amplias evidencias de que, cuando las mujeres pueden desarrollar plenamente su potencial en el mercado de trabajo, los beneficios macroeconómicos son significativos. De hecho, tanto la Comisión y el Parlamento Europeo como la OCDE y el FMI han alertado en numerosas ocasiones sobre la importancia de promover el emprendimiento femenino y apoyar a las mujeres emprendedoras, destacando que, en términos empresariales, “las mujeres son un recurso empresarial todavía escasamente aprovechado” y que “la plena participación de las mujeres en el mercado de trabajo también es parte de la ecuación de crecimiento y estabilidad”.

La iniciativa «Small Business Act» (SBA) para Europa, que pretende reforzar el crecimiento y la competitividad sostenibles de las PYME, subraya que debe aprovecharse mejor el potencial que ofrece el espíritu empresarial, y pone de relieve el persistente desequilibrio entre hombres y mujeres en lo que respecta al espíritu empresarial, invitando a los Estados miembros a proporcionar tutoría y apoyo a las mujeres empresarias.

La Comisión Europea en su Plan de Acción sobre Emprendimiento 2020 subraya que las mujeres representan un gran potencial de emprendimiento en Europa y pone de manifiesto los particulares obstáculos a los que se enfrentan las mujeres emprendedoras y empresarias e invita a los Estados miembros a diseñar y aplicar estrategias nacionales para apoyar el emprendimiento femenino y aumentar la proporción de empresas dirigidas por mujeres, así como a recoger datos desagregados por sexo y presenten actualizaciones anuales sobre la situación de las emprendedoras a escala nacional.

Por último, el “Informe sobre factores externos que representan obstáculos para el emprendimiento de las mujeres europeas” aprobado por el Parlamento Europeo en

diciembre de 2015, pide a los Estados Miembros que, en primer lugar, integren la dimensión de género en sus políticas de emprendimiento, así como que pongan en marcha medidas para favorecer la iniciativa empresarial femenina.

En este contexto, el Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades considera fundamental integrar la perspectiva de género en la Estrategia de Internacionalización de la Economía Española, comenzando por incluir indicadores que permitan recoger datos desagregados sobre las características diferenciadas de las empresas pertenecientes a hombres y a mujeres, así como sobre su participación en los distintos programas de las empresas lideradas por ambos.

ANEXO VI: PLANES DE ACTUACIÓN EN MATERIA DE INTERNACIONALIZACIÓN EN EL ÁMBITO DE LA ADMINISTRACIÓN GENERAL DEL ESTADO³⁸

ORGANISMO	DENOMINACION PLANES DE ACTUACION EN MATERIA DE INTERNACIONALIZACION
ICEX España Exportación e Inversiones	Plan Estratégico 2017-2018 http://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/que-es-icex/que-es-icex/plan-estrategico/index.html
CESCE	Plan Estratégico 2020 https://www.cesce.es/
COFIDES	Plan Estratégico 2016-2019 https://www.cofides.es/
Secretaría de Estado de Investigación, Desarrollo e Innovación	Programa de Actuación Anual 2016 del Plan Estatal de Investigación Científica, Técnica y de Innovación 2013-2016 http://www.minetad.gob.es/industria/es
Secretaría General de Industria	Estrategia para una nueva política industrial http://www.minetad.gob.es/industria/es-ES/Paginas/Index.aspx
Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación	- Plan de Acción Exterior 2017- 2018 - Plan África - Estrategia en Asia - Plan de Apoyo a la empresa española en NNUU 2016-2021 (junto con la SEC) http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/Paginas/inicio.aspx
Marca España	Plan Anual 2017 http://marcaespana.es/
Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente	Líneas Estratégicas para la Internacionalización del Sector Agroalimentario http://www.mapama.gob.es/es/ministerio/planes-estrategias/lineas-estrategicas-para-la-internacionalizacion-del-sector-agroalimentario/

³⁸ Esta lista no es exhaustiva y puede estar sujeta a cambios.

SE para la Sociedad de la Información y la Agenda Digital (MINETAD)	Plan de Internacionalización de Empresas Tecnológicas http://www.agendadigital.gob.es/planes-actuaciones/Paginas/plan-empresas-tecnologicas.aspx
SE de Turismo (MINETAD)	Plan de Internacionalización de Empresas Turísticas http://www.minetad.gob.es/
Oficina Española de Patentes y Marcas	Plan Estratégico 2017-2020 en materia de Propiedad Industrial https://www.oepm.es/export/sites/.../2017_06_01_Plan_Estrategico_2017_2020.pdf
Ministerio de Defensa	- Estrategia Industrial de Defensa EID-2015 - Estrategia de Tecnología e Innovación para la Defensa ETID-2015 - Plan Anual de Acción Exterior de la OFICAEX http://www.defensa.gob.es/
Ministerio de Educación, Cultura y Deporte	Estrategia para la internacionalización de las Universidades Españolas 2015-2020 http://www.mecd.gob.es/educacion-mecd/dms/mecd/educacion-mecd/areas-educacion/universidades/politica-internacional/estrategia-internacionalizacion/EstrategiaInternacionalizaci-n-Final.pdf

ANEXO VII: CUADRO DE INDICADORES DEL PLAN DE ACCIÓN 2017-2018

EJE 1: APOYO A LA INTERNACIONALIZACIÓN ADAPTADO AL PERFIL Y NECESIDADES DE LAS EMPRESAS	
OBJETIVOS E INDICADORES	
1. Mejorar la propensión a la internacionalización de la economía española	2016(*)
Indicador 1.1: Crecimiento real de las exportaciones de bienes y de servicios respecto al ejercicio anterior (%) (1)	4,4
Indicador 1.2: Peso del volumen de exportaciones sobre el PIB de la economía española (%) (2) (3)	33,1
Indicador 1.3: Peso del volumen de exportaciones manufactureras sobre la producción manufacturera de las cinco CC.AA. con menor propensión a exportar (%) (1)**	Castilla-La Mancha: 33,2 Canarias: 42,8 Andalucía: 40,8 La Rioja: 42,9 Extremadura: 41,3
Indicador 1.4: Stock de inversión directa de España en el exterior en relación al stock de inversión mundial (%) (4)	1,97
Indicador 1.5: Stock de inversión directa de España en el exterior en relación al PIB español (%) (4)	43,95
2. Aumentar la base de empresas que exportan regularmente	
Indicador 2.1: Número de empresas exportadoras (1)	148.794
Indicador 2.2: Número de empresas que exportan regularmente (1)	49.792
3. Facilitar mayor acceso de las PYME a la internacionalización	
Indicador 3.1: Peso de las PYMEs exportadoras sobre el total de empresas exportadoras: (%) (5)	97,8
Indicador 3.2: Peso de las microempresas exportadoras sobre el total de empresas exportadoras (%) (5)	65,3
Indicador 3.3: Peso de las empresas pequeñas y medianas sobre el total de empresas exportadoras (%) (5)	32,5
Indicador 3.4: Peso de las grandes empresas exportadoras sobre el total nacional de empresas exportadoras (%) (5)	2,2
4. Asegurar el apoyo financiero oficial a la internacionalización	
Indicador 4.1: Volumen total de financiación para la internacionalización dispuesto por parte de las empresas con cargo a: FIEM, COFIDES, ICO (M€) (6)	2.387,23
Indicador 4.2: Volumen financiación con cargo al Fondo para la Internacionalización de las Empresas (FIEM) (M€) (6)	226,6
Indicador 4.3: Volumen financiación con cargo al Instituto de Crédito Oficial (ICO) (M€) (6)	1.960
Indicador 4.4: Volumen financiación con cargo a la Compañía Española de Financiación del Desarrollo (COFIDES) a través de las líneas FIEX y FONPYME (M€) (6)	200,63
Indicador 4.5: Operaciones aprobadas por parte de la Compañía Española de Seguro de Crédito a la Exportación (CESCE) (M€) (7)	2.083

EJE 1: APOYO A LA INTERNACIONALIZACIÓN ADAPTADO AL PERFIL Y NECESIDADES DE LAS EMPRESAS	
5. Facilitar el acceso a la información para la internacionalización de las empresas	
Indicador 5: Número de consultas atendidas por la Ventana Global del ICEX (8)	58.769
EJE 2: INCORPORAR LA INNOVACIÓN, TECNOLOGÍA, MARCA Y DIGITALIZACIÓN A LA INTERNACIONALIZACIÓN	
OBJETIVOS E INDICADORES	
6. Innovación tecnológica e internacionalización	2016
Indicador 6: Posición de España en el Global Innovation Index (9)	28
7. Incrementar el nivel tecnológico de las exportaciones españolas	
Indicador 7: Porcentaje de exportaciones españolas en sectores de nivel tecnológico medio-alto y alto sobre el total (%) (1)	53
8. Mejorar la inserción de las exportaciones españolas en las cadenas globales de valor	
Indicador 8.1: Participación de España en las Cadenas Globales de Valor (CGV): (%) (10)	46,5
Indicador 8.2: Participación de España en las Cadenas Globales de Valor (CGV): ➤ “Backward Participation” (%) (10)	26,8
Indicador 8.3: Participación de España en las Cadenas Globales de Valor (CGV): ➤ “Forward Participation” (%) (10)	19,7
9. Favorecer la creación y consolidación de marcas individuales y mejorar la imagen país como marca colectiva	
Indicador 9: Posición de España en el Country Brand Index (Future Brand) (11)	23
EJE 3: DESARROLLAR EL CAPITAL HUMANO PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN	
OBJETIVOS E INDICADORES	
10. Formación de estudiantes y profesionales en el ámbito de la internacionalización	
Indicador 10.1: Número de alumnos cursando estudios de internacionalización (12)	5.926
Indicador 10.2: Número de becarios ICEX en la Red de Oficinas Económicas y Comerciales y en empresas internacionalizadas (12)	285
Indicador 10.4: Número de becarios de las CCAA en la Red de Oficinas Económicas y Comerciales (13)	151
11. Atracción de talento	
Indicador 11: Número de visados y autorizaciones de residencia aprobados al amparo de la sección de movilidad internacional de la Ley de Emprendedores (14)	5.381

EJE 4: APROVECHAR MEJOR LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO DE LA POLITICA COMERCIAL COMUN Y DE LAS INSTITUCIONES FINANCIERAS Y ORGANISMOS MULTILATERALES	
OBJETIVOS E INDICADORES	
12. Apertura de mercados	
Indicador 12: Número de acuerdos comerciales de la UE con terceros países en negociación (15)	39
13. Diversificar los mercados de destino de las exportaciones	
Indicador 13.1: Porcentaje de exportación española a mercados comunitarios (%) (1)	66,3
Indicador 13.2: Porcentaje de exportación española a mercados extra comunitarios (%) (1)	33,7
Indicador 13.3: Porcentaje de exportaciones española a mercados prioritarios PASE (Países con Actuación Sectorial Estratégica) (%) (16)	N.D.
14. Aumentar la capacidad de influencia de España en las instituciones y organismos internacionales	
Indicador 14.1: Número de españoles contratados internamente en las instituciones de la UE (17)	3.791
Indicador 10.3: Número de españoles contratados internamente en las Instituciones Financieras Internacionales (17)	514
15. Aumentar la participación de empresas españolas en contratos de licitaciones internacionales	
Indicador 15.1: Monto de los contratos ganados por empresas españolas en licitaciones internacionales (M€) (18)	64.726
Indicador 15.2: Monto de los contratos adjudicados en licitaciones internacionales y financiados por Instituciones Financieras Internacionales (M€) (18)	37.357
Indicador 15.3: Monto de los contratos adjudicados a empresas españolas en licitaciones de Instituciones Financieras Internacionales (M€) (18)	1.721
Indicador 15.4: 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 (%) (18)	4,6
EJE 5: POTENCIAR LA CAPTACION Y CONSOLIDACIÓN DE LA INVERSION EXTRANJERA DE ALTO VALOR AÑADIDO	
OBJETIVOS E INDICADORES	
16. Potenciar la capacidad de España para atraer inversiones extranjeras	
Indicador 16.1: Stock de inversión extranjera en España (M€) (19) **	387.315
Indicador 16.2: Stock de inversión extranjera en España en relación al PIB español (%) (4)	47,41
Indicador 16.3: Stock de inversión extranjera en España en relación al stock de inversión mundial (%) (4)	2,08
Indicador 16.4: Inversión bruta extranjera en España (M€) (19)	23.476
Indicador 16.5: Inversión bruta extranjera con relación al PIB español (%) (19)	1,59

EJE 5: POTENCIAR LA CAPTACION Y CONSOLIDACIÓN DE LA INVERSIÓN EXTRANJERA DE ALTO VALOR AÑADIDO	
17. Mejorar el entorno regulatorio y clima de negocios para atraer inversión extranjera	
Indicador 17.2: Posición en el “Doing Business” del Banco Mundial (20)	33
Indicador 17.3: Posición en el “Global Competitiveness Report” (21)	32
Indicador 17.4: Posición en el “World Competitiveness Yearbook” (22)	34

- (1) Fuente: SG de Estudios y Evaluación de Instrumentos de Política Comercial. Secretaría de Estado de Comercio (Mº Economía, Industria y Competitividad).
- (2) Fuente: EUROSTAT.
- (3) El PIB en 2016 fue prácticamente idéntico a precios corrientes al de 2008.
- (4) Fuente: UNCTAD.
- (5) Fuente: Elaboración propia de la SG Estudios y Evaluación de Instrumentos de Política Comercial a partir de los datos del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales de la AEA y del INE. Datos 2014, últimos disponibles publicados en noviembre 2016 (obtenidos de cruzar datos de Aduanas con datos empresas exportadoras DIRCE). La clasificación por tamaño de empresas es:
Microempresas: de 0-9 empleados.
Pequeñas y medianas: de 10-249 empleados.
Grandes: más de 250 empleados.
- (6) Fuente: Subdirección General de Fomento Financiero de la Internacionalización. Secretaría de Estado de Comercio (Mº Economía, Industria y Competitividad).
- (7) Fuente: Compañía Española de Crédito a la Exportación (CESCE).
- (8) Fuente: ICEX España Exportación e Inversiones.
- (9) Fuente: World International Property Organization
- (10) Fuente: OCDE-OMC-TIVA (Comercio de Valor Añadido). Último dato disponible corresponde a 2011.
- (11) Fuente: Country Brand Index. Regional Rankings (Europe. Clasificación entre países europeos por Historia, Turismo, Paisaje, Herencia cultural, y Arte.
- (12) Fuente: ICEX- CECO. Incluye los alumnos matriculados en masters de internacionalización, MOOC (Massive On-line Open Course) y otros Programas Superiores.
- (13) Subdirección General de Oficinas Económicas y Comerciales en el Exterior y de la Red Territorial de Comercio. Secretaría de Estado de Comercio (Mº de Economía, Industria y Competitividad).
- (14) Fuente: Subdirección General de Comercio Internacional de Servicios e Inversiones. Secretaría de Estado de Comercio (Mº de Economía, Industria y Competitividad). Incluye el total de visados y autorizaciones que se gestionan entre los Ministerios competente (MEySS, MAEC y MINEICO).
- (15) Fuente: Información de la Unión Europea: “Overview of FTA and other trade negotiations. Updated July 2017”
http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2006/december/tradoc_118238.pdf
http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2009/september/tradoc_144912.pdf
- (16) La estrategia PASE está en proceso de elaboración.
- (17) Fuente: Mº de Economía, Industria y Competitividad.
- (18) Fuente: Elaboración propia Subdirección General de Análisis y Estrategia de Internacionalización. Secretaría de Estado de Comercio. (Mº de Economía, Industria y Competitividad).
- (19) Fuente: Registro de Inversiones Exteriores. Secretaría de Estado de Comercio (Mº Economía, Industria y Competitividad).
- (20) Fuente: World Bank.
- (21) Fuente: The World Economic Forum.
- (22) Fuente: The International Institute for Management Development).

(*) Datos de 2016, salvo que se indique la ausencia de datos disponibles para ese año.

(**) 2015