



## RESPUESTA DEL GOBIERNO

## (184) PREGUNTA ESCRITA CONGRESO

184/4285 06/02/2020 8278

AUTOR/A: ECHÁNIZ SALGADO, José Ignacio (GP)

## **RESPUESTA:**

La acción del Gobierno en materia de fomento de la internacionalización se articula a través de la Estrategia de Internacionalización de la Economía Española 2017-2027. Su objetivo general es fomentar la internacionalización de la economía española como pilar del crecimiento y el empleo, con carácter estructural.

La Estrategia se desarrolla mediante planes bienales, lo que permite adaptar la estrategia a largo plazo a la coyuntura cambiante, siendo el vigente el segundo Plan de Acción para la Internacionalización de la Economía Española 2019-2020. Este Plan de Acción define medidas concretas que buscan incidir en los objetivos señalados en la estrategia y que se agrupan en torno a los seis ejes que la conforman.

- Eje 1: Ofrecer un apoyo a la internacionalización cada vez más adaptado a las necesidades y el perfil a las empresas.
  - Se busca principalmente ampliar el conocimiento que los distintos instrumentos y organismos comerciales tienen de las empresas exportadoras y las potencialmente exportadoras, para diagnosticar mejor sus necesidades y diseñar y promover instrumentos y programas adaptados a las mismas.
  - Conocer en profundidad las características y necesidades de las Pequeñas y Medianas Empresas (PYME) para incorporar medidas focalizadas a apoyar su internacionalización.
  - Modernizar los instrumentos de apoyo financiero oficial a las empresas para su internacionalización (FIEM, CESCE, COFIDES como gestora de los fondos FIEX y FONPYME e ICO) con el objetivo de contar con instrumentos más ágiles y con mayor alcance en su ámbito de aplicación, y que todo ello redunde en mayor y mejor uso por parte de las empresas españolas.



- Fomentar e incentivar la participación de mujeres en los programas gubernamentales establecidos para apoyar la internacionalización y, en su caso, poner en marcha programas específicos de acompañamiento para empresas exportadoras propiedad de mujeres.
- Facilitar el acceso de las empresas, particularmente 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.
- Introducción de la sostenibilidad como política transversal tanto internamente como en sus políticas y programas, así como de todos los actores de la administración relevantes en materia de internacionalización.
- Eje 2: Incorporar la innovación, la tecnología, la marca y la digitalización a la internacionalización.
  - Incorporar la innovación tecnológica, que es condición sine qua non para que las exportaciones españolas ganen en diferenciación y valor añadido. Así, el Gobierno, a través de ICEX España Exportación e Inversiones (ICEX), impulsará la internacionalización de sectores punteros de alto contenido tecnológico como las industrias de la ciencia, la biotecnología, o el aeroespacial, entre otros, optimizando la presencia en los principales foros vinculados con alto contenido tecnológico y las estrategias de promoción asociadas a estos sectores
  - Favorecer la creación y consolidación de las marcas individuales de las empresas y mejorar la imagen país como marca colectiva.
  - Incorporar la digitalización en los modelos de negocio de las empresas.

Por otro lado, el plan ha identificado como uno de los retos a afrontar la débil presencia de empresas españolas en mercados importantes en particular la necesidad de diversificar geográficamente las exportaciones en mercados fuera de la Unión Europea.

Para ello, se ha desarrollado la Estrategia PASE (Países con Actuación Sectorial Estratégica) que constituye un nuevo enfoque de la estrategia de diversificación de los mercados de destino de nuestro sector exterior que se basa en el componente sectorial y un enfoque de diversificación geográfica fuera de la Unión Europea. El objetivo de esta estrategia PASE es la diversificación de los mercados, aumentando las exportaciones a mercados no comunitarios en sectores con potencial exportador. Congreso De Los DIPUTADOS

REGISTRO GENERAL

16 MAR. 2020 17:41:54

SECRETARÍA GENERAL

Entrada 16292



La estrategia PASE<sup>1</sup> se puede consultar en la web Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.

El sector agroalimentario ha sido elegido como uno de los sectores estratégicos del ejercicio PASE. Con el objetivo de aumentar el potencial exportador de este sector, en el marco de la estrategia PASE se han puesto en marcha diversas acciones de promoción que se llevarán a cabo durante el periodo 2019-2020.

Por un lado, se han creado diferentes programas de acceso a los mercados para promocionar productos hortofrutícolas españoles. Para ello, ICEX organiza eventos en países extranjeros, como el Spanish Extravaganza en Corea del Sur o Taste of Spain en Canadá para la búsqueda de distribuidores y la participación de importadores.

También se llevan a cabo misiones inversas: a modo de ejemplo, se han extendido invitaciones a importadores brasileños relevantes en el sector hortofrutícola a la feria de referencia española, Fruit Attraction.

Por otro lado, se llevan a cabo programas de consolidación de mercado: ICEX fomenta los Espacios España en las ferias de referencia a nivel mundial como la feria SIAL de Canadá; también se llevan a cabo participaciones agrupadas para montar pabellones oficiales en la World Wine Meetings America en Chicago (Estados Unidos de América).

Además, se han creado diversos programas de gastronomía en colaboración con instituciones de prestigio, como el Instituto de Hostelería de Quebec (Canadá), la escuela de gastronomía y turismo en México, o colaborando con universidades y escuelas culinarias de prestigio por todo Estados Unidos. Además, también se apuesta por la realización de talleres y catas de aceite de oliva, vino y jamón serrano en los países incluidos en la estrategia PASE.

También se han creado programas de planes sectoriales, llevando a cabo acciones de imagen para potenciar la exportación de cítricos, aceituna de mesa y caqui en Canadá; campañas de promoción en redes sociales en Corea del Sur; acciones de imagen de aceite español en India y mejorar su posicionamiento como producto gourmet en canal HORECA.

Cabe, además, señalar que la Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB) es una de las asociaciones de exportadores reconocidas como colaboradoras de la Secretaría de Estado de Comercio. Las ayudas económicas que recibe de esta van encaminadas a fortalecer a la asociación para que pueda

\_

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> https://www.comercio.gob.es/es-ES/comercio-exterior/instrumentos-apoyo/Paginas/Pa%C3%ADses-con-Actuaci%C3%B3n-Sectorial-Estrat%C3%A9gica.aspx



proporcionar los mejores servicios a las empresas asociadas en sus objetivos de internacionalización.

Cabe también destacar, en este punto, que el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y la FIAB tienen firmado un Protocolo General de Actuación cuyo objeto es potenciar la colaboración entre las partes, reforzando la colaboración institucional existente, para el desarrollo de diversas actividades en el sector de la industria alimentaria, enmarcadas en las áreas de eficiencia, creación de valor, internacionalización y dinamización de las industrias alimentarias, con la finalidad de fomentar su competitividad y sostenibilidad.

El Gobierno está desarrollando la estrategia de promoción "Alimentos de España" puesta en marcha por el MAPA, que aúna una serie de acciones promocionales con objeto de valorizar los alimentos y de acercarlos al ciudadano. El objetivo es comunicar a la sociedad que detrás de cada alimento se encuentra el trabajo de los agricultores, ganaderos, transformadores vinculados al territorio y a su buen hacer.

En el marco de esta estrategia, desde el 2019 el MAPA ya ha realizado distintas campañas de publicidad institucional dirigidas al consumidor final que permiten un acercamiento a la nueva visión del consumidor de la alimentación para evitar el desperdicio alimentario, respetando el medio ambiente en su producción.

Además, se apoya de manera activa el Programa escolar de consumo de frutas, hortalizas y leche, en el que se invierten cada año más de 20 millones de euros de fondos europeos, beneficiándose cada año en torno a 1,5 millones de niños y más de siete mil colegios repartidos por toda la geografía nacional. Este Programa es clave en la instauración de hábitos alimentarios saludables entre la población infantil.

El MAPA continúa con su apoyo a la innovación en la industria agroalimentaria, destacando la línea de ayudas a favor de la creación de Grupos Operativos supraautonómicos y la ejecución de proyectos innovadores en el marco del Programa Nacional de Desarrollo Rural y la Asociación Europea para la Innovación. Durante el actual periodo de programación se destinan 57 millones de euros a estas líneas de ayudas, en las cuales la industria alimentaria es también beneficiaria. Durante el año 2020 finalizarán los trámites administrativos para conceder las ayudas a la ejecución de 47 proyectos innovadores por importe de 23 de millones de euros. También en este año el MAPA tiene previsto publicar una tercera convocatoria de estos proyectos innovadores por importe de alrededor de 14 millones de euros, la cual estará también abierta a las empresas y entidades de la industria agroalimentaria.

En otro orden de cosas, se destaca que el Gobierno ha multiplicado las gestiones, tanto a título bilateral como en el seno de la Unión Europea, para lograr que la Administración Trump retire los aranceles sobre nuestros productos.



Estas cuestiones están en el centro de nuestros continuos contactos con la Administración de Estados Unidos de América y con la Comisión Europea -órgano competente para la política comercial de la Unión Europea, de acuerdo con los Tratados- y otros organismos comunitarios.

Para finalizar, sobre las actuaciones previstas para garantizar la unidad de mercado, se señala que la Ley 20/2013, de 9 de diciembre, de garantía de la unidad de mercado, es la norma básica de referencia de mejora de la regulación en el acceso y el ejercicio de todas las actividades económicas. Para ello establece o refuerza diferentes principios, mandatos y procedimientos que deben aplicarse de forma continua y ser respetados por todas las administraciones públicas.

Especialmente cabe señalar el refuerzo de los mecanismos de colaboración y cooperación entre las diferentes administraciones así como los de protección de los operadores de modo que éstos pueden reclamar si consideran que las actuaciones o disposiciones de las administraciones públicas son contrarias a la unidad de mercado.

Madrid, 16 de marzo de 2020