

ACTUALIZACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA 2017-2027



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE ECONOMÍA, COMERCIO
Y EMPRESA



Informe elaborado por:

Subdirección General de Estrategia de Internacionalización
Secretaría de Estado de Comercio.



Ministerio de Economía, Comercio y Empresa.
Secretaría General Técnica, Centro de Publicaciones.
Paseo de la Castellana 162, planta 3, 28071 Madrid.
Tel: +34 91 603 7993 / 7245
distribucionpublicaciones@economia.gob.es

NIPO: 112-23-053-X (en línea)

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

Publicación incluida en el programa editorial del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo de 2023 y editada por el Ministerio de Economía, Comercio y Empresa, de acuerdo con la reestructuración ministerial establecida por Real Decreto 829/2023, de 20 de noviembre.

ÍNDICE

1. RESUMEN EJECUTIVO	2
2. INTRODUCCIÓN	6
2.1. MARCO LEGAL	6
2.2. LA ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA 2017-2027. PRINCIPIOS RECTORES, DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN, RETOS, OBJETIVOS Y PRIORIDADES.....	6
2.2.1. PRINCIPIOS RECTORES.....	7
2.2.2. DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN Y RETOS	7
2.2.3. OBJETIVOS Y PRIORIDADES	8
2.2.4. EJES O ÁREAS DE ACTUACIÓN	9
3. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN	11
3.1. SISTEMA DE EVALUACIÓN	11
3.2. LA EVALUACIÓN EN EL CICLO DE LA ESTRATEGIA. PLANES 2017-2018, 2019-2020 Y 2021- 2022	12
3.2.1. SEGUIMIENTO DE LOS INDICADORES AL TERMINAR CADA PLAN DE ACCIÓN.....	13
3.2.1.1. EVOLUCIÓN RETOS	13
3.2.1.2. EVOLUCIÓN DE LOS INDICADORES AL TERMINAR CADA PLAN DE ACCIÓN.....	14
3.2.2. VERIFICACIÓN DEL GRADO DE EJECUCIÓN DE LAS MEDIDAS INCLUIDAS EN CADA PLAN DE ACCIÓN BIENAL	22
3.2.3. ACTUALIZACIÓN DEL DIAGNÓSTICO DE LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA AL FINAL DE LA EJECUCIÓN DE CADA PLAN DE ACCIÓN BIENAL Y CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES PARA LA ELABORACIÓN DE LOS SUCESIVOS PLANES DE ACCIÓN	24
4. ACTUALIZACIÓN DE LA ESTRATEGIA A LA LUZ DEL ANÁLISIS Y RECOMENDACIONES DE LA REVISIÓN A MEDIO CAMINO DE LA ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA.	25
5. NUEVA ESTRUCTURA DE LA ESTRATEGIA: PRINCIPIOS RECTORES Y LÍNEAS DE ACTUACIÓN	31
5.1. RETOS ACTUALIZADOS	31
5.2. PRINCIPIOS RECTORES Y LÍNEAS DE ACTUACIÓN.....	33
5.2.1. PRINCIPIOS RECTORES:.....	34
5.2.2. LÍNEAS DE ACTUACIÓN:.....	37
6. CONCLUSIÓN	40

1. RESUMEN EJECUTIVO

La **Estrategia de Internacionalización de la Economía Española 2017-2027**, junto con los planes de acción bienales que la desarrollan, conforman la acción del gobierno en apoyo a la internacionalización y recogen la aspiración de que las políticas de fomento de la internacionalización sean una política de Estado.

El **objetivo último** de la Estrategia es **maximizar la contribución del sector exterior al crecimiento y a la creación de empleo**, con carácter estructural, así como la mejora de la competitividad. Ésta **constituye el marco estratégico a medio-largo plazo para planificar las políticas de apoyo a la internacionalización, facilitar la coordinación de los distintos actores implicados y mejorar el acceso de las empresas a los distintos instrumentos de apoyo**. Y los planes que la desarrollan, con carácter bienal, buscan su adaptación a las circunstancias cambiantes que condicionan la situación de nuestro sector exterior.

El **marco legal de la Estrategia es la Ley 14/2013, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización**, cuyo apartado 5 del artículo 51 hace referencia al **sistema de evaluación**: “se establecerá un sistema de evaluación y control de los instrumentos que integran el Plan Estratégico de Internacionalización con el fin de asegurar la calidad y eficacia de las actuaciones de internacionalización”.

Siguiendo este mandato, la Estrategia incorpora un **“ejercicio de evaluación que permita medir los resultados de los sucesivos planes de actuación bienales, y 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”**. Este sistema de evaluación contempla, por una parte, la evaluación a posteriori de cada plan de actuación bienal y, por otra parte, prevé una **revisión en profundidad a medio camino- a los cinco años- de la Estrategia a 11 años**.

2023 es, por tanto, el momento marcado por la Estrategia para realizar dicha **revisión en profundidad**, con el objetivo último de impulsar aquellos cambios o medidas de mejora que puedan resultar necesarios, y que se apliquen en los siguientes planes de acción bienales.

El objeto de este documento es la **“Actualización de la Estrategia de Internacionalización de la Economía Española 2017-2027”**, a la luz de las conclusiones del informe de revisión a medio camino, de cara a la elaboración de los sucesivos planes bienales, y en concreto del Plan de Acción 2024-2025, en cumplimiento de lo establecido en la mencionada Ley 14/2013, de 27 de septiembre y en la propia Estrategia.

El **sistema de evaluación** previsto por la Estrategia establece la obligación de realizar una **actualización del diagnóstico de la internacionalización de la economía española al final de la ejecución de cada plan de acción bienal y ver en qué medida ha cambiado dicho diagnóstico**, teniendo en cuenta acontecimientos de la coyuntura internacional que afecten a la Estrategia, y **la elaboración de las conclusiones y recomendaciones para los sucesivos planes de acción**.

A la vista de las conclusiones de dichos informes sobre los planes bienales ejecutados, se puede decir que los resultados han sido muy positivos y confirman que el **diagnóstico realizado en el momento de diseñar la Estrategia continúa siendo adecuado en términos generales**, si bien se han ido introduciendo algunos cambios en la redacción de los sucesivos planes de acción para adaptarse a las situaciones cambiantes que condicionan nuestro sector exterior.

El sistema también prevé la **actualización del diagnóstico de situación de la internacionalización de la economía española a los 5 años**.

Las conclusiones alcanzadas durante la revisión de la Estrategia a medio camino realizada por la Subdirección General de Estudios y Evaluación de Instrumentos de Política Comercial de la Secretaría de Estado de Comercio, aconsejan **mantener su orientación general, así como sus principales instrumentos de apoyo a la internacionalización**, pero **introducir algunos cambios más profundos en el planteamiento de la Estrategia y siguientes planes de acción, para adaptarlos a la situación actual, muy diferente de la existente en el momento de diseñar la Estrategia, de forma que el sector exterior pueda continuar siendo motor de crecimiento económico y generador de empleo en nuestro país.**

Dicho diagnóstico determina que **“la evolución del sector exterior español es plenamente coherente con el análisis de 2017 que sirvió de base para la elaboración de la Estrategia. El comportamiento de los últimos años confirma las tendencias positivas que se identificaron en 2017 y, en muchos casos, los resultados del sector exterior han superado las previsiones que había hace seis años”**. El sector exterior ha sido clave para superar las dos últimas recesiones, contribuyendo a la recuperación y al crecimiento de la economía española y creación de empleo.

Ahora bien, las graves perturbaciones experimentadas por la economía mundial en los últimos años, no previstas en el momento de diseñar la Estrategia, han tenido profundas implicaciones sobre el comercio y la inversión internacionales y condicionan el avance de la internacionalización de la economía española. El inicio de una guerra comercial entre Estados Unidos y China, que se desencadenó en 2018 y persiste en la actualidad y los problemas de suministro globales, la crisis de la Organización Mundial del Comercio, la pandemia del COVID-19-con sus efectos tan negativos sobre la economía, el Brexit y, desde 2022, la invasión de Ucrania por parte de Rusia, las sanciones comerciales y la crisis energética posterior que ha derivado en tensiones inflacionistas, han **alterado los patrones de comercio internacional, alimentando las tensiones geopolíticas.**

Todos estos shocks suponen **el cambio más trascendental e inesperado respecto al escenario internacional vigente cuando se elaboró la Estrategia y van a afectar el comportamiento del sector exterior durante la ejecución de la segunda parte de la Estrategia.**

Todo ello ha llevado a que en la revisión a medio camino de la Estrategia se realicen una serie de recomendaciones para adaptarla a estos cambios, si bien sin separarnos drásticamente de los principios y ejes planteados inicialmente en la Estrategia, con el fin de mantener la coherencia y favorecer el seguimiento y evaluación posterior de los indicadores establecidos en ella.

Esta actualización se basa en las siguientes consideraciones de la revisión a medio camino de la Estrategia:

1. Se mantiene la necesidad de la intervención pública para apoyar la internacionalización de la economía española, dado que los problemas y retos que identificó la Estrategia continúan siendo relevantes y responden a fallos de mercado (los elevados costes fijos de la internacionalización y las imperfecciones de los mercados financieros, así como con la existencia de externalidades asociadas a la internacionalización), que siguen existiendo.
2. Se **revisan, actualizan y complementan los cuatro grandes retos de la Estrategia**, al haberse alcanzado ya, o estar muy cerca de alcanzarse, y haberse producido cambios en la situación económica.
3. La **coordinación**, principio fundamental que rige toda la Estrategia y cada uno de los planes que la desarrollan, con el objetivo de asegurar la coherencia y coordinación de la acción de las Administraciones Públicas, **cobra mayor importancia en el contexto actual, siendo el primer principio rector de la Estrategia.** Tiene que ser un objetivo transversal que alcance a todas las líneas de actuación la Estrategia. Además, dicha coordinación servirá para reforzar el sistema de

gobernanza de la Estrategia y de sus Planes de Acción, lo que permitirá la capacidad de respuesta temprana ante un entorno cambiante.

4. Este entorno mucho más incierto, en el que se intensifican los fallos de mercado mencionados, que son los que justifican las medidas públicas de apoyo a la internacionalización, hace necesario **reforzar todavía más las medidas de apoyo a la internacionalización** para ayudar a las empresas españolas a afrontar mejor los retos y dificultades que presenta este nuevo entorno internacional mucho más complejo.
5. Además, este nuevo contexto económico, más cambiante y menos predecible, exige que **los instrumentos de apoyo a la internacionalización sean más flexibles**, para poder adaptarse con rapidez a los cambios que se produzcan en el escenario internacional.
6. En esta nueva situación, en la que han proliferado las medidas proteccionistas, es fundamental **la defensa de un sistema multilateral de comercio abierto, transparente, justo y basado en reglas actualizadas que den respuesta a los desafíos del comercio internacional**. Una nueva generación de **Acuerdos Comerciales** entre la Unión Europea y terceros países y su aplicación eficaz, cobran cada vez mayor importancia como forma de garantizar el acceso a nuevos mercados y el suministro estable de inputs estratégicos.
7. La **inversión directa** gana también protagonismo en este nuevo entorno para acceder a nuevos mercados e integrarse en cadenas globales de valor, con atención a los intereses estratégicos nacionales. Se debe apoyar también de forma especial la inversión directa española en el exterior.
8. **Las mayores tensiones geopolíticas y los problemas de suministro**, que se dieron durante la pandemia del COVID—19, han puesto de manifiesto el riesgo por la elevada concentración geográfica del **suministro de algunas materias primas y de productos estratégicos**, tomando conciencia de cómo la gran dependencia exterior para el suministro de algunos productos estratégicos, puede afectar a la **seguridad económica**, principio que tiene que permear a todos los ejes de la Estrategia.
9. La seguridad económica de España y la mayor necesidad que tienen las empresas de información estratégica en este nuevo contexto global incierto, con regulaciones proteccionistas y normativas en múltiples ámbitos en los países de destino, hacen necesario que se refuercen los instrumentos de **inteligencia económica**. Esto se une a la toma de conciencia sobre la importancia del seguimiento de la evolución de los productos importados potencialmente vulnerables y la necesidad de **facilitar suministradores estables y diversificados a las empresas** para aquellos productos estratégicos que puedan estar expuestos a riesgos de suministro.
10. En estos momentos, es incuestionable la necesidad de incluir en cualquier estrategia o plan de acción, dos conceptos fundamentales: la **transición energética y la transición digital**, que además cobran especial relevancia en el comercio internacional, y que también tienen que permear a todos los ejes de la Estrategia.
11. **La igualdad de género** contemplada tanto en la Estrategia, como en los planes de acción que la desarrollan, cobra mayor importancia, pasando a ser un objetivo transversal que alcance también a todos los ejes de la Estrategia.
12. **La Estrategia PASE** (Países de Actuación Sectorial Estratégica), dado este contexto global tan complejo, en la revisión que se llevará a cabo en los siguientes planes de acción se deberá tener en cuenta las mayores dificultades que afrontan las empresas para acceder a terceros mercados con un mayor potencial de crecimiento, así como las tendencias sectoriales para identificar los productos con mayor potencial para la internacionalización.

13. Para garantizar la eficacia y eficiencia de la Estrategia y los planes de acción bienales, se deben perfeccionar algunos de los indicadores existentes.

Por todo lo anterior, en la actualización de la Estrategia se **establecen cinco principios rectores y cinco líneas de actuación:**

Los **principios rectores** representan las directrices y valores que deben estar presentes en todas nuestras acciones. Y están, además, alineados con las cuatro líneas directrices del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia¹, el cual traza la **hoja de ruta** para la modernización de la economía española, la recuperación del crecimiento económico y la creación de empleo, para la reconstrucción económica sólida, inclusiva y resiliente tras la crisis de la COVID, y para **responder a los retos de la próxima década.**

Estos principios rectores tienen un carácter **muy transversal y deben permear todas las medidas que se propongan:**

- 1. Coordinación.**
- 2. Sostenibilidad.**
- 3. Digitalización.**
- 4. Igualdad de género.**
- 5. Seguridad económica.**

Las **líneas de actuación** siguen la misma línea fijada en la Estrategia, pero adaptadas al entorno internacional global previamente descrito, añadiéndose la Inteligencia Económica como una línea nueva de actuación:

- 1. Adaptación constante e innovadora a las necesidades de las empresas.**
- 2. Factores de competitividad para la internacionalización: talento, marca e innovación.**
- 3. Foros internacionales y política comercial europea.**
- 4. Atracción de inversión extranjera de alto valor añadido.**
- 5. Inteligencia Económica.**

¹ Las 4 líneas directrices del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia son: Transición ecológica, Transformación digital, Igualdad de género y Cohesión social y territorial. <https://planderecuperacion.gob.es/>

2. INTRODUCCIÓN

2.1. MARCO LEGAL

La **Ley 14/2013, de 27 de septiembre**, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización, es el marco legal de la Estrategia de Internacionalización de la Economía Española 2017-2027. El apartado 5 del artículo 51 hace referencia al **sistema de evaluación**: “se establecerá un sistema de evaluación y control de los instrumentos que integran el Plan Estratégico de Internacionalización con el fin de asegurar la calidad y eficacia de las actuaciones de internacionalización”.

Siguiendo este mandato, la Estrategia incorpora un **ejercicio de evaluación que permita medir los resultados de los sucesivos planes de actuación bienales, y 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, valorando si se están cumpliendo los objetivos específicos y líneas de actuación según los indicadores definidos. El sistema de evaluación contempla, por una parte, la evaluación a posteriori de los planes de acción bienales y una revisión a medio camino más en profundidad de la Estrategia.**

2023 es, por tanto, el momento marcado para llevar a cabo **esta revisión en profundidad a medio camino - “Informe de Evaluación a medio camino de la Estrategia de Internacionalización de la Economía Española 2017-2027”**² de la Subdirección General de Estudios y Evaluación de Instrumentos de Política Comercial de la Secretaría de Estado de Comercio, con el objetivo último de impulsar aquellos cambios o medidas de mejora que puedan resultar necesarias, y que se apliquen en los siguientes planes de acción bienales³. A partir de las conclusiones y recomendaciones de dicha revisión y de la experiencia adquirida por los planes de acción implementados, la Subdirección General de Estrategia de Internacionalización de la Secretaría de Estado de Comercio, **actualizará y adaptará la Estrategia a la vez que los siguientes planes de acción bienales.**

El **objeto** del presente documento es, pues, dicha **Actualización de la Estrategia de Internacionalización de la Economía Española 2017-2027**, a la luz de las conclusiones del mencionado informe de revisión a medio camino de la Estrategia, de cara a la elaboración de los sucesivos planes bienales, el primero de los cuales será el Plan de Acción para la Internacionalización de la Economía Española 2024-2025, en cumplimiento de lo establecido en la Ley 14/2013, de 27 de septiembre y en la propia Estrategia.

2.2. LA ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA 2017-2027. PRINCIPIOS RECTORES, DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN, RETOS, OBJETIVOS Y PRIORIDADES

La Estrategia de Internacionalización de la Economía Española 2017-2027⁴ constituye el **marco estratégico a medio-largo plazo** para planificar las políticas de apoyo a la internacionalización, facilitar la coordinación de los distintos actores implicados, particularmente la colaboración pública-privada, y mejorar el acceso por parte de las empresas a los distintos instrumentos de apoyo a la internacionalización.

² https://comercio.gob.es/es-es/estrategia_internacionalizacion/Paginas/informe-internacionalizacion-2017.aspx

³ El ejercicio de evaluación se apoya en los informes de evaluación de los dos primeros planes de acción, Plan de Acción 2017-2018 (https://comercio.gob.es/es-es/estrategia_internacionalizacion/Paginas/informe-evaluacion-plan-2017_18.aspx) y Plan de Acción 2019-2020 (https://comercio.gob.es/es-es/estrategia_internacionalizacion/Paginas/informe-evaluacion-2019_20.aspx) y evolución principales indicadores económicos y de internacionalización economía española de años siguientes.

⁴ La Estrategia fue aprobada por acuerdo del Consejo de Ministros en septiembre de 2017. Su elaboración fue coordinada por la Secretaría de Estado de Comercio en el marco del Grupo de Trabajo Interministerial de Apoyo a la Internacionalización y fueron consultadas las Comunidades Autónomas en el ámbito de sus competencias, así como el sector privado.

Adicionalmente, tanto la Estrategia como los planes de acción que la desarrollan, que buscan la adaptación a las circunstancias cambiantes que condicionan la situación de nuestro sector exterior, conforman la acción del Gobierno en apoyo a la internacionalización y recogen la aspiración de que las políticas de fomento de la internacionalización sean una política de Estado.

2.2.1. PRINCIPIOS RECTORES

La Estrategia, y los planes que la desarrollan, se rigen por los principios rectores establecidos en la Ley 14/2013, de 27 de septiembre:

- **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:

- Coordinación de los esfuerzos de todos los actores implicados en la labor de fomento de la internacionalización de la economía española, a través del Grupo de Trabajo Interministerial sobre Apoyo a la Internacionalización de la Empresa Española⁵ y del Consejo Interterritorial de Internacionalización⁶.
- Subsidiariedad de la actuación pública, buscando la racionalidad y eficiencia en la asignación de recursos.
- Coherencia con las normas y acuerdos internacionales y mejores prácticas en materia de anticorrupción, medio ambiente y responsabilidad social.
- Transparencia y evaluación.

2.2.2. DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN Y RETOS

La Estrategia incluye un **análisis de la situación de la economía española en materia de internacionalización** en el que se identificaron una serie de **debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades**, a partir de las cuales se definieron 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.

A la luz de dicho, análisis, la Estrategia concluyó que, si bien el sector exterior se encontraba inmerso en un **profundo cambio estructural**, con un elevado incremento del peso del sector exterior en los últimos años, **era necesario continuar en esta senda, potenciándola y tomando como referencia los modelos económicos de los países más abiertos y de mayor renta del mundo, para afianzar la contribución positiva del sector exterior al crecimiento de forma estructural.**

En esta línea, la Estrategia incorporó **cuatro grandes retos**:

⁵ Creado por Orden PRE72653/2011, de 27 de septiembre. 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 Industria, Comercio y Turismo (ahora entre el Ministerio de Economía, Comercio y Empresa) 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.

⁶ Foro de debate e intercambio de información entre el Ministerio de Economía, Industria y Competitividad (actual Ministerio de Economía, Comercio y Empresa) 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).

- 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**.

2.2.3. OBJETIVOS Y PRIORIDADES

• OBJETIVO GENERAL

El **objetivo general** de la Estrategia de Internacionalización de la Economía Española 2017-2027⁷ es el **impulso de la internacionalización de la economía española, afianzando la 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**, consolidando el cambio estructural que se está produciendo en el sector exterior. Así, la Estrategia busca lograr un crecimiento sostenido en comercio e inversiones y en innovación, productividad y empleo, asociados a dicho crecimiento.

• OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Este objetivo general se plasma en unos **objetivos específicos**, a los que **se asocian unos indicadores** que permiten cuantificar su grado de consecución. Hay que tener en cuenta, no obstante, que muchos de los factores y variables que tienen impacto en el ámbito de la internacionalización de la economía escapan del ámbito de actuación del plan y del propio Gobierno, por lo que hay que ser cauto a la hora de realizar una evaluación rigurosa y adecuada del efecto que la estrategia y los planes que la desarrollan tengan sobre la internacionalización de la economía española.



⁷ [Ministerio de Economía, Comercio y Empresa - Estrategia de Internacionalización de la Economía Española 2017-2027](#)

• OBJETIVOS INTERMEDIOS

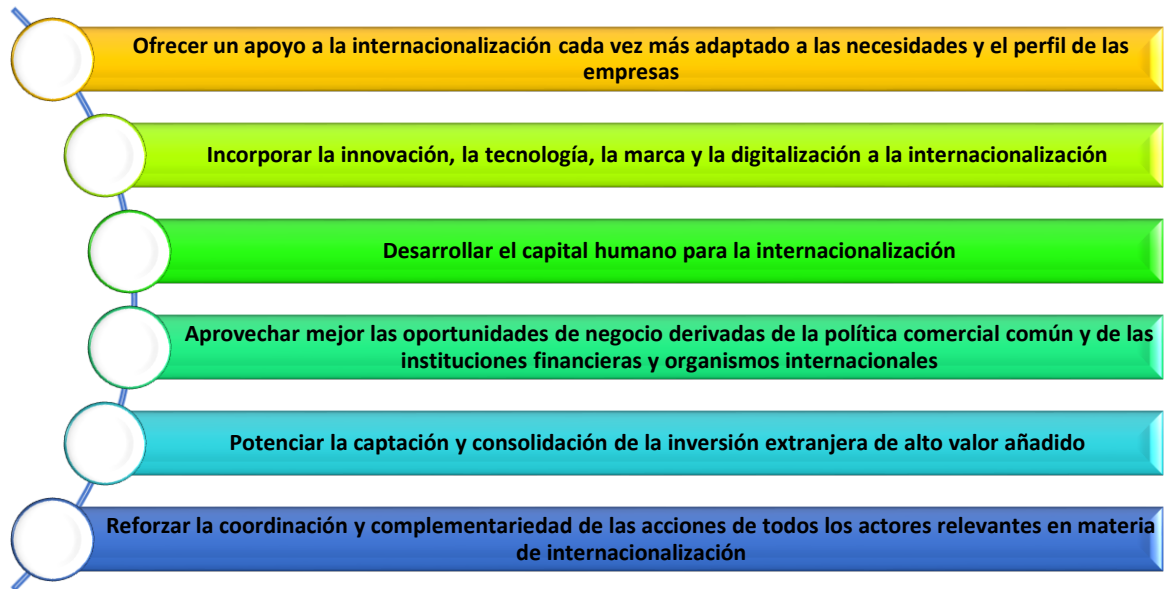
A su vez, para alcanzar estos objetivos específicos, se propusieron unos **objetivos intermedios**, incidiendo **cada uno de estos objetivos intermedios en varios de los específicos**, a los que se **asocian también indicadores**, si bien únicamente a los relacionados con las políticas de internacionalización que llevan a cabo los instrumentos comerciales y financieros de apoyo a la internacionalización. **Esto es:**

- 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**.

2.2.4. EJES O ÁREAS DE ACTUACIÓN

Para la consecución de estos objetivos específicos, la Secretaría de Estado de Comercio, **en el marco del Grupo de Trabajo Interministerial sobre Apoyo a la Internacionalización de la Empresa Española**, y consultadas las Comunidades Autónomas y el sector privado en el marco del Consejo Interterritorial de Internacionalización, identificó unos **ejes o áreas de actuación prioritarias**. De esta manera, la Estrategia organiza su acción a través de **seis ejes de actuación** en los que se consideró **debían centrarse los esfuerzos del sector público en apoyo de la internacionalización**, y en los que se **encuadran las medidas o actuaciones concretas que conforman los distintos planes de actuación bienales**.

Estos ejes son:



3. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

La Estrategia incorpora un **sistema de evaluación** “con el fin de asegurar la calidad y eficacia de las acciones de internacionalización”, tanto de la propia Estrategia como de sus planes de acción, que permita medir los resultados y ver en qué medida ha cambiado el diagnóstico de la internacionalización de la economía española, y valorar si se están cumpliendo los objetivos específicos y líneas de actuación planteadas sobre la base de los indicadores ya mencionados, que servirá de base para las modificaciones normativas y de gestión de los instrumentos y organismos que se incorporarán a los sucesivos planes. Los resultados de la Estrategia, dependerán de que los planes de acción bienales que la desarrollan resulten eficaces. Por ello, el sistema de evaluación contempla:

- ✓ La **evaluación a posteriori de cada plan de actuación bienal, con periodicidad bienal** en el caso de los planes de acción.
- ✓ Y una **revisión de la Estrategia a medio camino, a los cinco años**.

Para garantizar, por tanto, la eficacia y transparencia de la Estrategia es esencial la evaluación de cada uno de los planes bienales desarrollados y la revisión a medio camino de la Estrategia.

3.1. SISTEMA DE EVALUACIÓN

El **sistema de evaluación**, dirigido por la Secretaría de Estado de Comercio, en consulta con las instituciones implicadas en su ejecución, comprende:

- 1) **Seguimiento de la evolución de los indicadores** al terminar cada plan de acción.
- 2) **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.
- 3) **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.
- 4) Valoración de la utilización de encuestas externas para complementar la información.
- 5) **Conclusiones y recomendaciones** para la elaboración de los sucesivos planes de acción.
- 6) **Revisión a medio camino- a los cinco años- en profundidad de la Estrategia a once años**.

Al incorporar el sistema de evaluación descrito, se busca **contar con un instrumento que permita realizar un seguimiento y valoración tanto cuantitativo como cualitativo de la Estrategia y de los planes que la desarrollan**, con el objetivo último de **impulsar aquellos cambios o medidas de mejora que puedan resultar necesarios para contribuir al objetivo general**. La evaluación cumple, además, una **función de transparencia y rendición de cuentas a la ciudadanía**⁸.

En cualquier caso, en este análisis hay que tener en cuenta que 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.

⁸ BOE-A-2022-21677 Ley 27/2022, de 20 de diciembre, de institucionalización de la evaluación de políticas públicas en la Administración General del Estado.

3.2. LA EVALUACIÓN EN EL CICLO DE LA ESTRATEGIA. PLANES 2017-2018, 2019-2020 Y 2021-2022



Fuente: Informe de Evaluación del Plan de Acción para la Internacionalización de la Economía Española 2017-2018. Subdirección General de Estudios y Evaluación de Instrumentos de Política Comercial de la Secretaría de Estado de Comercio.

3.2.1. SEGUIMIENTO DE LOS INDICADORES AL TERMINAR CADA PLAN DE ACCIÓN.

3.2.1.1. EVOLUCIÓN RETOS

2.2.1.1. CUADRO DE INDICADORES ASOCIADOS A LOS RETOS DE LA ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACIÓN 2017 – 2027				
RETOS E INDICADORES	2016	2018	2020	2022
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⁾	259.451	291.210	265.450	391.641
Indicador 1.2: Crecimiento real de las exportaciones de bienes respecto al ejercicio anterior (%) ⁽²⁾	3,5	-0,1	-9,3	3,9
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 (%) ⁽³⁾	Mundial: 1,79 UE-28: 3,62 UEM-17: 4,04 Alemania: 2,93 Francia: 7,08 Italia: 5,39 Reino Unido: 3,37	Mundial: 1,74 UE-28: 3,55 UEM-19: 3,98 Alemania: 3,02 Francia: 7,12 Italia: 4,87 Reino Unido: 3,45	Mundial: 1,82 UE-27: 3,72 UEM-19: 4,16 Alemania: 3,06 Francia: 7,89 Italia: 5,46	Mundial: 1,7 UE-27: 3,60 UEM-19: 4,01 Alemania: 2,51 Francia: 7,75 Italia: 4,67
Indicador 1.4: Peso de las exportaciones de bienes y servicios sobre el PIB de la economía española (%) ⁽³⁾	33,7	35,2	30,8	41,0
2. Conseguir que 60.000 empresas exporten regularmente en 2027				
Indicador 2.1: Número de empresas exportadoras ⁽⁴⁾	148.658	203.990	196.256	189.573
Indicador 2.2: Número de empresas que exportan regularmente ⁽⁴⁾	49.767	51.740	55.155	57.331
3. Conseguir en el periodo 2017-2027 contratos por valor de 650.000 millones de euros en licitaciones internacionales para las empresas españolas				
Monto de contratos ganados por empresas españolas en licitaciones internacionales desde 2016 (M€) ⁽⁴⁾	61.941	218.405	336.272	470.955
Indicador 3.1: Monto de contratos ganados por empresas españolas en licitaciones internacionales (M€) ⁽⁴⁾	61.941	82.539	49.382	70.620
Indicador 3.2: Monto de los contratos adjudicados en licitaciones internacionales y financiados por Instituciones Financieras Internacionales (M\$) ⁽⁵⁾	46.961	53.107	54.604	66.846
Indicador 3.3: Monto de los contratos adjudicados a empresas españolas en licitaciones de Instituciones Financieras Internacionales (M\$) ⁽⁵⁾	2.127	836	1.040	1.817
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 (%) ⁽⁵⁾	4,5	1,6	1,9	2,6
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€) ⁽⁶⁾	387.315	506.597	507.943	529.877
Indicador 4.2: Stock de inversión extranjera en España en relación al PIB español (%) ⁽⁷⁾	44,96	48,57	62,99	56,25
Indicador 4.3: Stock de inversión extranjera en España en relación al stock de inversión mundial (%) ⁽⁷⁾	1,97	2,13	1,91	1,77
Indicador 4.4: Inversión bruta extranjera en España (M€) ⁽⁶⁾	35.858	56.179	31.332	36.543
Indicador 4.5: Inversión bruta extranjera con relación al PIB español (%) ⁽⁸⁾	3,21	4,67	2,8	2,71

(*) El reto se estableció tomando como referencia los datos del Registro de Inversiones Exteriores. En el año 2015, último dato disponible en el momento de la publicación de la Estrategia, la posición de Inversión Extranjera en España era de 387.315 millones de euros, en 2016 asciende a 423.682 millones de euros y en 2017 continúa aumentando hasta alcanzar una cuantía de 435.279 millones de euros. En 2018, se superó el reto establecido y se alcanzó una posición de Inversión Extranjera Directa de 506.597 millones de euros.

(1) Fuente: Subdirección General de Estudios y Evaluación de Instrumentos de Política Comercial, Secretaría de Estado de Comercio, a partir de datos del Banco de España.

(2) Fuente: Subdirección General de Estudios y Evaluación de Instrumentos de Política Comercial, Secretaría de Estado de Comercio. Ministerio de Economía, Comercio y Empresa.

(3) Fuente: Elaboración de la SG de Estrategia de Internacionalización a partir de datos del INE y de la SG Estudios y Evaluación de Instrumentos de Política Comercial.

(4) Fuente: Subdirección General de Estrategia de Internacionalización, Secretaría de Estado de Comercio (Datos LICINT). Ministerio de Economía, Comercio y Empresa.

(5) Secretaría General del Tesoro. Ministerio de Economía, Comercio y Empresa.

(6) Fuente: Registro de Inversiones Exteriores, Secretaría de Estado de Comercio. Ministerio de Economía, Comercio y Empresa.

(7) Fuente: UNCTAD.

(8) Fuente: Elaboración propia de la SG de Estrategia de Internacionalización a partir de datos del INE y del Registro de Inversiones Exteriores, Secretaría de Estado de Comercio. Ministerio de Economía, Comercio y Empresa.

Como se refleja en el cuadro anterior sobre la evolución de los cuatro grandes retos de la Estrategia a lo largo de los tres planes de acción desarrollados hasta el momento, el **primer y el segundo reto están a punto de ser alcanzados durante esta primera mitad de vigencia de la Estrategia, el tercero lleva una trayectoria adecuada y el cuarto reto se ha rebasado ya con amplitud.**

3.2.1.2. EVOLUCIÓN DE LOS INDICADORES AL TERMINAR CADA PLAN DE ACCIÓN

El sistema de evaluación mencionado establece que se realice, además del seguimiento de los cuatro grandes retos de la Estrategia, el seguimiento de la evolución de los indicadores asociados a los objetivos específicos e intermedios por ejes de actuación al terminar cada plan de acción.

De los resultados reflejados en el siguiente cuadro, se puede deducir que, en términos generales, a lo largo de los tres planes de acción bienales, se ha ido avanzando en la buena dirección, si bien hay que continuar trabajando para consolidar estos logros y corregir las debilidades que todavía tiene el sector exterior, afianzando su contribución positiva al crecimiento sostenible y creación de empleo, de forma estructural.

EJE 1: Ofrecer un apoyo a la internacionalización cada vez más adaptado a las necesidades y al perfil de nuestras empresas									
OBJETIVO ESPECÍFICO	INDICADORES DE SITUACIÓN DEL SECTOR EXTERIOR	2018	2020	2022	OBJETIVO INTERMEDIO	INDICADORES DE ACTIVIDAD	2018	2020	2022
1. Aumento de la propensión a la internacionalización de la economía española y de la base de empresas que exportan regularmente. Particularmente con el foco en mejorar el acceso de las pymes a los mercados exteriores	1.1 Peso del volumen de exportaciones de bienes y servicios sobre el PIB de la economía española (%) ⁽¹⁾	35,1	30,8	40,9	Ampliar nuestro conocimiento de las empresas exportadoras y las potencialmente exportadoras (...) y diseñar programas adaptados ⁽⁶⁾	Número de consultas atendidas por Ventana Global	55.626	51.152	51.475
						Número de jornadas ICEX Dinamiza <i>(En 2019 el programa ICEX DINAMIZA desaparece y estos servicios se integran en ICEX CAPACITA).</i>	405	-	-
	1.2. Grado de apertura de la economía española (%) ⁽¹⁾	67,6	60,1	80,5	Modernizar y mejorar los instrumentos de apoyo financiero oficial	Volumen total de apoyo financiero oficial para la internacionalización dispuesto por parte de las empresas con cargo a: FIEM, COFIDES (con cargo a sus propios recursos y como gestora de los fondos FIEX y FONPYME), recursos de ICO para internacionalización (M€)	61,82 (FIEM) + 306,83 (COFIDES) + 2.506,56 (ICO)	404,73 (FIEM) + 88,85 (COFIDES) + 2.590,00 (ICO)	498,3 (FIEM) + 98,83 (COFIDES) + 1.151,00 (ICO)
	1.3. Stock de inversión directa de España en el exterior en relación al stock de IED mundial (%) ⁽²⁾	2,1	1,9	1,8		Volumen de financiación con cargo al Fondo para la Internacionalización de las empresas (FIEM) (M€)	61,82	404,73	498,3
	1.4. Stock de inversión directa de España en el exterior en relación al PIB español (%) ⁽²⁾	48,6	63,0	56,3		Volumen de financiación con cargo al Instituto de Crédito Oficial (M€)	2.506,56	2.590,00	1.151,00
	1.5. Número de empresas exportadoras (>1.000€ anuales) ⁽¹⁾	95.140	88.603	99.320		Volumen de financiación con cargo a la Compañía Española de Financiación del Desarrollo (COFIDES) incluyendo fondos FIEX y FONPYME así como sus propios recursos (M€)	280,4 (262,07 FIEX + 18,33 FONPYME)	26,04 (recursos propios) + 62,81 (44,15 FIEX + 18,66 FONPYME)	127,73 (23,39 recursos propios + 87,27 FIEX + 17,07 FONPYME)
	1.6. Número de operadores que exportan regularmente ⁽¹⁾	51.740	55.155	57.331		Operaciones aprobadas de seguro por cuenta del estado por parte de CESCE (M€)	3.422	3.081	2.902
	1.7. Número de empresas que exportan regularmente (>5.000€ anuales) ⁽¹⁾	35.712	35.481	36.823	Conocer en profundidad las características y necesidades de las pymes para incorporar medidas focalizadas a apoyar su internacionalización	Número de actividades con pymes participantes en el programa ICEX Next	375	272	422
	1.8. Porcentaje de pymes exportadoras (%) ⁽³⁾⁽⁴⁾	97,6	7,2	N/D	Facilitar el acceso de las empresas, en especial pymes, a la información en materia de comercio exterior y sector/mercado que sea útil en su proceso de toma de decisiones	Número de informes sector-mercado publicados	1.593	669	1.288
	1.9. Peso del volumen exportado por PYMES sobre el volumen total de exportación de bienes (%) ⁽³⁾⁽⁴⁾	49,4	42,7	N/D	Introducción de la sostenibilidad como política transversal	Número de jornadas ICEX Capacita ⁽⁸⁾ <i>ICEX CAPACITA ya no está vigente, se contabilizan charlas y seminarios del Departamento de Información de Mercados</i>	208	113	139
					Número de oportunidades de negocio identificadas en programa Impact+	42	34	8	

PAÍSES CON ACTUACIÓN SECTORIAL ESTRATÉGICA (PASE)									
OBJETIVO ESPECÍFICO	INDICADORES DE SITUACIÓN DEL SECTOR EXTERIOR	2018	2020	2022	OBJETIVO INTERMEDIO	INDICADORES DE ACTIVIDAD	2018	2020	2022
2. Diversificar los mercados de destino de exportación e inversión	2.1. Porcentaje de exportaciones de mercancías a mercados terceros fuera de la Unión Europea (%) ⁽¹⁾	34,4	39,5	37,2	Selección de los mercados y sectores en los que nuestra presencia está por debajo de nuestro potencial	Estudios elaborados a través de análisis cuantitativos y cualitativos	Estudios focalizados para elegir los 12 PASE iniciales	Estudio prospectivo sobre prioridades geográfico-sectoriales de apoyo a la internacionalización tras el impacto de la covid-19	Iniciado
					Definición de las actuaciones para corregir nuestra presencia en esos mercados	Contrastar resultados y búsqueda de soluciones con OFECOMES, ICEX, DG POLCOM y DG COMINVER	Realizado último trimestre 2018 y primero de 2019	Realizado último trimestre 2020 y primero de 2021	En proceso
	2.2. Porcentaje de exportaciones de mercancías a países PASE (%) ⁽¹⁾	17,6	18,2	22,3	Seguimiento de la ejecución y el impacto de los PASE	Revisión a mitad de la Estrategia de Internacionalización de las medidas ejecutadas		Verificación actuaciones. Realización seguimiento actuaciones PASE.	Verificación actuaciones. Realización seguimiento actuaciones PASE.

(1) Fuente: SG Estudios y Evaluación de Instrumentos de Política Comercial, Secretaría de Estado de Comercio. Ministerio de Economía, Comercio y Empresa, a partir de datos del Banco de España.

(2) Fuente: UNCTAD.

(3) Fuente: Departamento de Aduanas e II.EE de la Agencia Tributaria.

(4) Hasta el Plan 2021-2022 se mide el porcentaje de pymes exportadoras sobre el total de empresas exportadoras. A partir del Plan 2021-2022 se mide el porcentaje de pymes exportadoras de industria y comercio sobre el total de pymes de industria y comercio.

(5) Dato provisional.

(6) Engloba los subobjetivos intermedios 1.1 a 1.4 en el texto del plan.

(7) En 2020 el programa ICEX DINAMIZA desaparece y estos servicios se integran como ICEX CAPACITA.

(8) Dato provisional.

EJE 2: Incorporar la innovación, la tecnología, la marca y la digitalización a la internacionalización									
OBJETIVO ESPECÍFICO	INDICADORES DE SITUACIÓN DEL SECTOR EXTERIOR	2018	2020	2022	OBJETIVO INTERMEDIO	INDICADORES DE ACTIVIDAD	2018	2020	2022
3. Incrementar el valor añadido de las exportaciones y la inserción de nuestras exportaciones en las cadenas globales de valor	3.1. Porcentaje de exportaciones españolas manufactureras en sectores de medio y alto nivel tecnológico sobre el total (%) ⁽¹⁾	52,4	53,0	50,0	Incorporación de la innovación tecnológica	Seguimiento de la posición de España en el <i>Global Innovation Index</i>	28	27	29
						Número de actividades ICEX en sectores de alto contenido tecnológico (tecnología industrial y servicios profesionales e infraestructuras, sanidad y TIC)	436	228	155
	3.2. Porcentaje de exportación española con componente de marca (%) ⁽²⁾	45			Favorecer la creación y consolidación de las marcas individuales de las empresas y mejorar la imagen país como marca colectiva	Seguimiento de la posición de España en el Country Brand Index ⁽⁴⁾	23	-	Pte.
						Número de ferias organizadas por ICEX (ferias de Pabellón Oficial y Espacio España)	139	37 (25 presenciales +12 virtuales)	83
	3.3. Participación de España en las cadenas globales de valor (%) ⁽³⁾	45,5	46,6	N/D	Incorporar la digitalización en los modelos de negocio de las empresas	Participantes en jornadas de difusión de programas de digitalización (<i>e-Market Services</i> , <i>digital cross-border</i> , y otros programas de fomento de la digitalización empresarial)	20	9.311	5.082
	3.3.1. <i>Backward participation</i> (%) ⁽³⁾	25,2	25,6	N/D					
3.3.2. <i>Forward participation</i> (%) ⁽³⁾	20,3	21,0	N/D						

(1) Fuente: Subdirección General de Estudios y Evaluación de Instrumentos de Política Comercial, Secretaría de Estado de Comercio. Ministerio de Economía, Comercio y Empresa, a partir de datos del Banco de España.

(2) Fuente: Informe de la Oficina Española de Patentes y Marcas "Impacto de las Marcas en la Economía y Sociedad Españolas".

(3) Fuente: OCDE.

(4) Dato 2016.

EJE 3: Desarrollar el capital humano para la internacionalización									
OBJETIVO ESPECÍFICO	INDICADORES DE SITUACIÓN DEL SECTOR EXTERIOR	2018	2020	2022	OBJETIVO INTERMEDIO	INDICADORES DE ACTIVIDAD	2018	2020	2022
1. Aumento de la propensión a la internacionalización de la economía española y de la base de empresas que exportan regularmente. Particularmente con el foco en mejorar el acceso de las PYMES a los mercados exteriores	1.1. Peso del volumen de exportaciones de bienes y servicios sobre el PIB de la economía española (%) ⁽¹⁾	35,1	30,8	40,9	Potenciación de la formación en internacionalización utilizando las nuevas tecnologías	Número de programas de formación en internacionalización impartidos	100	180	125
	1.2. Grado de apertura de la economía española (%) ⁽¹⁾	67,6	60,1	80,5		Número de alumnos en programas de formación en internacionalización	3.717	9.634	5.298
	1.3. Stock de inversión directa de España en el exterior en relación al stock de IED mundial (%) ⁽²⁾	2,1	1,9	1,8		Número de ex-becarios ICEX que se incorporan a empresas internacionalizadas y en OOII ⁽⁵⁾	129	16	Pte.
	1.4. Stock de inversión directa de España en el exterior en relación al PIB español (%) ⁽²⁾	48,6	63,0	56,3		Número de becarios de las CCAA en la Red de Oficinas Económicas y Comerciales	127	155	Pte.
	1.5. Número de empresas exportadoras (>1.000€ anuales) ⁽¹⁾	95.140	88.603	99.320	Internacionalización de las universidades españolas	Número de actividades ICEX en el sector Educativo (servicios internacionalización educativa)	33	13	14
	1.6. Número de empresas que exportan regularmente ⁽¹⁾	51.740	55.155	57.331					
	1.7. Número de empresas que exportan regularmente (>5.000€ anuales) ⁽¹⁾	35.712	35.481	36.823	Facilitar la atracción de talento	Número de visados y autorizaciones de residencia aprobados al amparo de la sección de movilidad internacional de la Ley de Emprendedores	475	692	Pte.
	1.8. Porcentaje de PYMES exportadoras (%) ^{(3) (4)}	97,6	7,2	N/D					
	1.9. Peso del volumen exportado por PYMES sobre el volumen total de exportación de bienes (%) ^{(3) (4)}	49,4	42,7	N/D					

(1) Fuente: SG Estudios y Evaluación de Instrumentos de Política Comercial, Secretaría de Estado de Comercio. Ministerio de Economía, Comercio y Empresa, a partir de datos del Banco de España.

(2) Fuente: UNCTAD.

(3) Fuente: Departamento de Aduanas e II.EE de la Agencia Tributaria.

(4) Hasta el Plan 2021-2022 se mide el porcentaje de pymes exportadoras sobre el total de empresas exportadoras. A partir del Plan 2021-2022 se mide el porcentaje de pymes exportadoras de industria y comercio sobre el total de pymes de industria y comercio.

(5) Datos 2017.

EJE 4: Aprovechar mejor las oportunidades de negocio derivadas de la política comercial común y de las IFIs									
OBJETIVO ESPECÍFICO	INDICADORES DE SITUACIÓN DEL SECTOR EXTERIOR	2018	2020	2022	OBJETIVO INTERMEDIO	INDICADORES DE ACTIVIDAD	2018	2020	2022
1. Aumento de la propensión a la internacionalización de la economía española y de la base de empresas que exportan regularmente. Particularmente con el foco en mejorar el acceso de las PYMES a los mercados exteriores	1.1. Peso del volumen de exportaciones de bienes y servicios sobre el PIB de la economía española (%) ⁽¹⁾	35,1	30,8	40,9	Contar con mercados más abiertos y acuerdos comerciales que abarquen materias más ambiciosas	Número de acuerdos comerciales de la UE con terceros países en negociación	31	29	26
						Número de acuerdos en vigor que contengan capítulo específico en materia de desarrollo sostenible, pymes y género	8	12	20
	1.2. Grado de apertura de la economía española (%) ⁽¹⁾	67,6	60,1	80,5	Aumentar la influencia de España en las instituciones y organismos internacionales	Número de españoles contratados internamente en las instituciones de la UE	3.758	4.088	4.471
						Número de españoles contratados internamente en las IFIs	662	467	500
	1.3. Stock de inversión directa de España en el exterior en relación al stock de IED mundial (%) ⁽²⁾	2,1	1,9	1,8	Aumentar la participación de empresas españolas en contratos de licitaciones internacionales	Monto de los contratos ganados por empresas españolas en licitaciones internacionales (M€) ⁽⁵⁾	82.539	49.382	70.620
	1.4. Stock de inversión directa de España en el exterior en relación al PIB español (%) ⁽²⁾	48,6	63,0	56,3		Monto de los contratos adjudicados en licitaciones internacionales y financiados por IFIs (M\$) ⁽⁶⁾	53.107	54.604	66.846
	1.5. Número de empresas exportadoras (>1.000€ anuales) ⁽¹⁾	95.140	88.603	99.320		Monto de los contratos adjudicados a empresas españolas en licitaciones de IFIs (M\$) ⁽⁶⁾	836	1.040	1.817
	1.6. Número de empresas que exportan regularmente ⁽¹⁾	51.740	55.155	57.331		Peso de los contratos adjudicados a empresas españolas en relación al total de los financiados con fondos provenientes de IFIs (%) ⁽⁶⁾	1,6	1,9	2,6
	1.7. Número de empresas que exportan regularmente (>5.000€ anuales) ⁽¹⁾	35.712	35.481	36.823		Número de oportunidades de negocio difundidas	578.828	315.847	545.299
	1.8. Porcentaje de PYMES exportadoras (%) ^{(3) (4)}	97,6	7,2	N/D			Número de Partenariados para el desarrollo y otras actividades con IFIs ⁽⁷⁾	10	1
1.9. Peso del volumen exportado por pymes sobre el volumen total de exportación de bienes (%) ^{(3) (4)}	49,4	42,7	N/D						

(1) Fuente: SG Estudios y Evaluación de Instrumentos de Política Comercial, Secretaría de Estado de Comercio. Ministerio de Economía, Comercio y Empresa, a partir de datos del Banco de España.

(2) Fuente: UNCTAD.

(3) Fuente: Departamento de Aduanas e II.EE de la Agencia Tributaria.

(4) Hasta el Plan 2021-2022 se mide el porcentaje de pymes exportadoras sobre el total de empresas exportadoras. A partir del Plan 2021-2022 se mide el porcentaje de pymes exportadoras de industria y comercio sobre el total de pymes de industria y comercio.

(5) Fuente: SG Estrategia de Internacionalización, Secretaría de Estado de Comercio (Datos LICINT). Ministerio de Economía, Comercio y Empresa.

(6) Fuente: Secretaría General del Tesoro. Ministerio de Economía, Comercio y Empresa.

(7) El partenariado se reconvirtió en webinario con Instituciones Financieras Multilaterales.

EJE 5: Potenciar la captación y consolidación de la inversión extranjera de alto valor añadido									
OBJETIVO ESPECÍFICO	INDICADORES DE SITUACIÓN DEL SECTOR EXTERIOR	2018	2020	2022	OBJETIVO INTERMEDIO	INDICADORES DE ACTIVIDAD	2018	2020	2022
4. Aumentar la atracción de inversión extranjera	4.1. Stock de inversión extranjera en España (M\$) ⁽¹⁾	690.529	804.418	787.311	Captación activa de proyectos de inversión extranjera en países y sectores prioritarios/estratégicos	Seguimiento de la posición en el <i>Doing Business</i>	30	30	Pte.
						Seguimiento de la posición en el <i>The Global Competitiveness Index</i>	26	N/D	Pte.
						Seguimiento de la posición en el <i>World Competitiveness Yearbook</i>	36	36	Pte.
						Valoración del Clima de Negocio (sobre 5)	3	2,8	Pte.
						Número de actividades de captación y financiación de inversiones	2.060	1.489	Pte.
					Promoción de España como plataforma global de negocios e inversiones	Número de actividades de promoción	195	115	140
	4.2. Stock de inversión extranjera en España en relación al stock de inversión mundial (%) ⁽¹⁾	2,13	1,91	1,77	Atracción de inversión de América Latina	Stock de IED (M€)	39.490	42.663	45.087,2 ⁽²⁾
						Flujos de IED (M€)	1.057	969	Pte.
	4.3. Stock de inversión extranjera en España en relación con el PIB español (%) ⁽¹⁾	48,57	62,99	56,25	Apoyo a inversiones tecnológicas y al emprendimiento en sectores/actividades innovadoras	Número de solicitudes de proyectos de Fondo Tecnológico	50	48	Pte.
						Número de solicitudes de proyectos de <i>Rising up in Spain</i>	406	355	Pte.

(1) Fuente: UNCTAD.

(2) Dato de 2021.

EJE 6: Reforzar la coordinación y complementariedad de las acciones de todos los actores relevantes en materia de internacionalización						
OBJETIVO ESPECÍFICO	INDICADORES DE SITUACIÓN DEL SECTOR EXTERIOR	OBJETIVO INTERMEDIO	INDICADORES DE ACTIVIDAD	2018	2020	2022
Eje transversal		Mejorar la colaboración entre las distintas administraciones e instituciones del sector público que actúan en el apoyo a la internacionalización	Número de reuniones de Cooperación con CC.AA. y con otros organismos públicos (no OPCs) (CIE/CAI/Otras)	-	24	17
		Buscar sinergias entre las políticas de internacionalización y otras políticas	Número de reuniones del Grupo Interministerial de Apoyo a la Internacionalización y otras reuniones interministeriales de coordinación en política de internacionalización	5	7	10
		Establecer un diálogo fluido con el sector privado para asegurar que la orientación del plan responde a su orientaciones	Número de Alianzas activas con asociaciones e instituciones del sector privado (en actividades de Planes Sectoriales, AMRE, CEOE, Cámara de España, y Fundación Cre100do)	-	87	Pte.
			Reuniones con las distintas Asociaciones colaboradoras con la Secretaría de Estado de Comercio	104	83	98

3.2.2. VERIFICACIÓN DEL GRADO DE EJECUCIÓN DE LAS MEDIDAS INCLUIDAS EN CADA PLAN DE ACCIÓN BIENAL

La Estrategia de Internacionalización de la Economía Española establece, como segundo paso dentro del sistema de evaluación definido, la verificación del grado de ejecución de las medidas incluidas en cada plan de acción al término del mismo. Dicho ejercicio de verificación se ha realizado para los dos primeros planes de acción bienales llevados a cabo hasta el momento y los informes de verificación de cada uno de esos planes de acción han sido publicados. La verificación del Plan de Acción 2021-2022 está en curso.

Estrategia de Internacionalización de la Economía Española 2017-2027			
Ejes de actuación	Plan de Acción 2017-2018	Plan de Acción 2019-2020	Plan de Acción 2021-2022
EJE 1. Apoyo adaptado a las empresas	51 medidas	38 medidas	46 medidas
EJE 2. Innovación, tecnología, marca y digitalización	14 medidas	25 medidas	33 medidas
EJE 3. Capital humano	20 medidas	15 medidas	23 medidas
EJE 4. Aprovechar política comercial, IFI, OOI	25 medidas	9 medidas	14 medidas
EJE 5. IDE de alto valor añadido	6 medidas	9 medidas	17 medidas
EJE 6. Coordinación y complementariedad	10 medidas	4 medidas	6 medidas

Fuente: elaboración propia Subdirección General de Estrategia de Internacionalización

El cuadro anterior refleja un resumen de las medidas de impulso a la internacionalización incorporadas en cada uno de los planes de acción bienales llevados a cabo hasta el momento, clasificadas en los seis ejes de actuación definidos en la Estrategia.

El Plan de Acción para la Internacionalización de la Economía Española 2017-2018⁹ incluía un total de 126 medidas de impulso a la internacionalización. El Plan de Acción para la Internacionalización de la Economía Española 2019-2020¹⁰ incluyó 100 medidas y el Plan de Acción para la Internacionalización de la Economía Española 2021-2022 incorporó 139 medidas.

Los informes de verificación reflejan, en términos generales, **un elevado grado de cumplimiento de las acciones** previstas en los tres planes desarrollados hasta el momento. En esta línea, además de las medidas y acciones puestas en marcha por la Secretaría de Estado de Comercio y organismos dependientes, hay que destacar el elevado grado de ejecución de las medidas propuestas por los diferentes Ministerios integrantes del Grupo de Trabajo Interministerial sobre Apoyo a la Internacionalización, que han hecho un verdadero esfuerzo de cara a cumplir con sus compromisos en los diferentes planes de acción.

Así, para el **Plan de Acción 2017-2018**, el análisis cuantitativo del Informe de Evaluación del Plan, elaborado por la Subdirección General de Estudios y Evaluación de Instrumentos de Política Comercial, revela un **elevado grado de cumplimiento de las acciones evaluadas**, de las que el 91,4% se consideran cumplidas. Este elevado grado de cumplimiento además es generalizado, cuando la información se desagrega por ejes de actuación, y cubre de forma razonable las acciones enfocadas a paliar los distintos fallos de mercado identificados¹¹. Los resultados son acordes con un cumplimiento del Plan globalmente equilibrado.

Respecto al **Plan de Acción 2019-2020**, el Informe de Evaluación de dicho Plan, elaborado asimismo por la Subdirección General de Estudios y Evaluación de Instrumentos de Política Comercial, concluye que el **grado de cumplimiento de las medidas es también muy elevado**. De las 97 medidas evaluables, 87 se pueden considerar cumplidas, mientras que no se dispone de información suficiente para evaluar tres de ellas y otras tres se considera que no se han cumplido. El grado de cumplimiento es, por tanto, del 92,6% de las acciones que han podido ser evaluadas, o el 87% del total de medidas incluidas en el Plan de Acción. El grado de cumplimiento, además, es equilibrado, tanto cuando se analiza por ejes de actuación, como de acuerdo con los distintos fallos de mercado a que responden las acciones incluidas en el Plan. El informe considera, por otra parte, que la cobertura y eficacia de los sucesivos planes podrían incrementarse reforzando la visibilidad de algunos de los principales instrumentos, así como continuando su esfuerzo de adaptación a las necesidades de los distintos tipos de empresas, en particular, las pymes.

⁹ https://comercio.gob.es/es-es/estrategia_internacionalizacion/Paginas/informe-evaluacion-plan-2017_18.aspx

¹⁰ https://comercio.gob.es/es-es/estrategia_internacionalizacion/Documents/verificacion-grado-ejecucion-medidas-plan-accion.pdf

¹¹ Se ha evaluado el 74% del total de acciones.

3.2.3. ACTUALIZACIÓN DEL DIAGNÓSTICO DE LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA AL FINAL DE LA EJECUCIÓN DE CADA PLAN DE ACCIÓN BIENAL Y CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES PARA LA ELABORACIÓN DE LOS SUCESIVOS PLANES DE ACCIÓN

El **tercer paso** en el sistema de evaluación previsto por la Estrategia es la **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. El **cuarto paso** hace referencia a la valoración de la utilización de encuestas externas para complementar la información y el **quinto paso se refiere a la elaboración de las conclusiones y recomendaciones para la elaboración de los sucesivos planes de acción**.

En cumplimiento de lo anterior, la Subdirección General de Estudios y Evaluación de Instrumentos de Política Comercial ha realizado ya los informes de evaluación de los planes 2017-2018¹² y 2019-2020¹³ y está previsto que el informe de evaluación del Plan de Acción 2021-2022 se publique en 2024. Todos ellos incluyen un diagnóstico de la internacionalización de la economía española, como prevé la Estrategia.

A la vista de sus conclusiones, se puede decir que los **resultados de la Estrategia y de los Planes de Acción para la Internacionalización de la Economía Española que la desarrollan han sido muy positivos**. En líneas generales, se concluye que la actualización del diagnóstico de situación al final de la ejecución del Plan de Acción 2017-2018, que se incorporó en el Plan de Acción 2019-2020 y la actualización realizada al final de la ejecución de éste, incorporada en el Plan de Acción 2021-2022, confirmaron que el diagnóstico realizado continuaba siendo adecuado, si bien se han ido introduciendo algunos cambios en la redacción de los sucesivos planes de acción para adaptarse a las situaciones cambiantes que condicionan la situación de nuestro sector exterior.

¹² https://comercio.gob.es/es-es/estrategia_internacionalizacion/Paginas/informe-evaluacion-plan-2017_18.aspx

¹³ https://comercio.gob.es/es-es/estrategia_internacionalizacion/Paginas/informe-evaluacion-2019_20.aspx

4. ACTUALIZACIÓN DE LA ESTRATEGIA A LA LUZ DEL ANÁLISIS Y RECOMENDACIONES DE LA REVISIÓN A MEDIO CAMINO DE LA ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA.

El sistema de evaluación también prevé la actualización del diagnóstico de situación de la internacionalización de la economía española a los cinco años de la Estrategia 2017-2027, más en profundidad.

Dicho diagnóstico, así como las recomendaciones¹⁴ y conclusiones¹⁵ alcanzadas durante el proceso de revisión de la Estrategia a medio camino, aconsejan mantener la orientación general de la Estrategia durante los próximos años, así como los principales instrumentos de apoyo a la internacionalización (**recomendación 1**), que han demostrado ser eficaces, pero introducir algunos cambios más profundos en el planteamiento de los siguientes planes de acción, para adaptarlos a la situación actual, de forma que el sector exterior pueda continuar siendo uno de los motores que impulse la recuperación económica.

Efectivamente, según el mencionado diagnóstico y el análisis sobre los logros conseguidos respecto a los cuatro grandes retos marcados por la Estrategia, **“la evolución del sector exterior español es plenamente coherente con el análisis de 2017 que sirvió de base para la elaboración de la Estrategia. El comportamiento de los últimos años confirma las tendencias positivas que se identificaron en 2017 y, en muchos casos, los resultados del sector exterior han superado las previsiones que había hace seis años. En particular, “el aumento experimentado en el grado de internacionalización, así como la capacidad para mantener un superávit por cuenta corriente independientemente de la coyuntura económica, han superado las mejores previsiones de 2017”**. El grado de apertura de la economía española ha aumentado casi 25 puntos porcentuales desde 2016, alcanzando el 80,5% en 2022, su máximo histórico. La cuota de España en las exportaciones mundiales de bienes y servicios se ha mantenido prácticamente, en un periodo en el que la gran competencia de las economías emergentes en el comercio mundial ha hecho que los principales países europeos hayan perdido cuota. **El sector exterior ha sido clave para superar las dos últimas recesiones**, contribuyendo a la recuperación y al crecimiento de la economía española y creación de empleo. **Sin embargo...**

Se han producido cambios profundos en el entorno internacional no previstos en el momento de elaboración de la Estrategia...

Como se indica en el mencionado informe, con posterioridad a la elaboración de la Estrategia, la **economía mundial ha experimentado una serie de perturbaciones que tienen profundas implicaciones sobre el comercio y la inversión internacionales y condicionan el avance de la internacionalización de la economía española**. Algunos de los fenómenos con mayor impacto, como el inicio de una guerra comercial entre Estados Unidos y China, que se desencadenó en 2018 y persiste en la actualidad y los problemas de suministro globales, la crisis de la Organización Mundial del Comercio, la pandemia del COVID-19-con sus efectos tan negativos sobre la economía, el Brexit y, desde 2022, la invasión de Ucrania por parte de Rusia, las sanciones comerciales y la crisis energética posterior que ha derivado en tensiones inflacionistas, han **alterado los patrones de comercio internacional, alimentando las tensiones geopolíticas**. Todos estos shocks suponen, sin ninguna duda, **el cambio más trascendental e inesperado respecto al escenario internacional vigente cuando se**

¹⁴ Páginas 5-7 Informe de Evaluación a medio camino de la Estrategia de Internacionalización de la Economía Española 2017-2027: https://comercio.gob.es/es-es/estrategia_internacionalizacion/Paginas/informe-internacionalizacion-2017.aspx

¹⁵ Páginas 48-49 Informe de Evaluación a medio camino de la Estrategia de Internacionalización de la Economía Española 2017-2027 (20 recomendaciones): https://comercio.gob.es/es-es/estrategia_internacionalizacion/Paginas/informe-internacionalizacion-2017.aspx

elaboró la Estrategia, y van a afectar el comportamiento del sector exterior durante la segunda parte de la ejecución de la Estrategia,

...que hacen necesarias modificaciones más profundas en la Estrategia de Internacionalización de la Economía Española 2017-2027, si bien manteniendo la orientación general

Este nuevo panorama económico internacional se caracteriza por una **mayor incertidumbre**, un aumento de las medidas proteccionistas, la existencia de tensiones geopolíticas y, en ocasiones, problemas de suministro. En estas circunstancias, según indica el informe, es **aconsejable introducir modificaciones más profundas en la Estrategia para adaptarla a esta nueva realidad, y que los planes de acción que la desarrollan se adapten a estos cambios**, de manera que el **sector exterior continúe contribuyendo al crecimiento sostenible de la economía española y creación de empleo de calidad con carácter estructural**.

Por todo esto, a la luz de los profundos cambios descritos previamente y del análisis y recomendaciones del informe de revisión, si bien sin separarnos drásticamente de los principios y ejes planteados en la Estrategia para mantener la coherencia y favorecer el seguimiento y evaluación posterior de los indicadores establecidos:

Es necesario actualizar la Estrategia, basándonos en las siguientes consideraciones:

1. REVISIÓN DE RETOS – a la luz de la evolución del sector exterior, el informe recomienda **revisar y complementar los cuatro grandes retos descritos de la Estrategia (recomendación 2)**, al haberse alcanzado ya o estar muy cerca de alcanzarlos, y haberse producido cambios en la situación económica:

1.1. **El primer reto** – alcanzar un valor de exportaciones nominales de bienes de 400.000 millones de euros en 2027 – **debe complementarse con un indicador que refleje la evolución real de las exportaciones, descontando el crecimiento de los precios**, pues los efectos positivos de las exportaciones están relacionados con su crecimiento real. En el momento en que se diseñó la Estrategia esto no era tan relevante, dado que la divergencia entre el crecimiento real y nominal de las exportaciones era marginal, al ser el crecimiento de los precios muy moderado. Pero en estos momentos sí lo es, especialmente a partir de la invasión de Rusia a Ucrania.

Por ello, en la “Actualización de la Estrategia”, el primer reto se complementa con un objetivo de crecimiento real de las exportaciones de bienes del 30% en el período 2016-2027, coherente con la senda de crecimiento real de los primeros años de aplicación de la Estrategia.

1.2. Por otra parte, en los años transcurridos desde que se elaboró la Estrategia, **la evolución de los ingresos por exportaciones de servicios no turísticos ha ido adquiriendo una gran importancia, experimentado un elevado crecimiento con un gran potencial** desde los 57.569 millones de euros en 2016 a los 90.684 millones de euros alcanzados en 2022, que supone un incremento del 57,5% en este período (lo que supondría un aumento real de las exportaciones de servicios no turísticos del 42,5% con relación a las de 2016).

Por ello, en la “Actualización de la Estrategia” se incluye, siguiendo las recomendaciones de la revisión a medio camino, un nuevo objetivo relativo a las exportaciones de servicios no turísticos, que deberán ser en 2027 en términos reales un 90% superiores a las de 2016, lo que es coherente con la senda de crecimiento real de las exportaciones de servicios no turísticos de los primeros años de la Estrategia.

- 1.3. Respecto al **segundo reto** – conseguir que en 2027 existan 60.000 empresas que exporten de forma regular – **se modifica el objetivo de la Estrategia, siguiendo la recomendación de la revisión, incluyendo en la definición un importe mínimo de exportaciones para estos exportadores regulares**, al haberse detectado que considerar como objetivo el número de exportadores regulares total es poco significativo y muy volátil, y se ve muy afectado por la variación de los exportadores regulares de bajo importe que, en general, suelen ser particulares y no empresas.

Por ello, en la “Actualización de la Estrategia” se modifica el objetivo, teniendo en cuenta el contexto internacional desfavorable, pasando a establecerse que en 2027 haya 40.000 exportadores regulares que exporten más de 5.000 euros anuales de bienes, coherente con el objetivo anterior.

- 1.4. El **cuarto reto** – alcanzar un stock de inversiones directas extranjeras de 500.000 millones de euros en 2027 – ya se superó en 2020 y 2021, por lo que se eleva ese importe.

Por ello, en la “Actualización de la Estrategia” se revisa al alza este objetivo, fijándose el stock de inversiones directas extranjeras a alcanzar en 2027 en 600.000 millones de euros¹⁶, lo que es coherente con los datos de stock disponibles hasta 2021, si consideramos que se mantendrá la misma tendencia en los próximos años.

2. **INCERTIDUMBRE** – El profundo cambio descrito experimentado por el nuevo panorama económico internacional, caracterizado por un **entorno mucho más incierto**, en el que se intensifican los fallos de mercado, que son los que justifican las medidas públicas de apoyo a la internacionalización, como señala la revisión de la Estrategia, desincentiva el proceso de internacionalización e integración en nuevas cadenas de valor, aumentando el riesgo asociado al mismo, lo que hace que sea necesario **reforzar las medidas de apoyo a la internacionalización** para ayudar a las empresas españolas a afrontar mejor este entorno internacional mucho más complejo, dotándolas de mayores recursos económicos (**recomendación 3**).

Por ello, la “Actualización de la Estrategia” promueve incorporar medidas más potentes para apoyar a las empresas españolas en su proceso de internacionalización, con más recursos económicos, con nuevos ejes de acción que se adapten a este nuevo entorno más incierto caracterizado por un incremento de los riesgos asociados a la internacionalización.

3. **ENTORNO CAMBIANTE Y MENOS PREDECIBLE** – Este nuevo entorno económico, mucho más cambiante y menos predecible, exige que **los instrumentos de apoyo a la internacionalización sean más flexibles**, para poder adaptarse con rapidez a los cambios que se produzcan en el escenario internacional (**recomendación 4**), además de establecer unos objetivos de ejecución claros y medibles (**recomendación 5**) y estar dotados con más recursos humanos (**recomendación 6**).

Por ello, la “Actualización de la Estrategia” incorpora un marco de actuaciones dotado de una mayor flexibilidad, contemplando que los sucesivos planes de acción que la desarrollen puedan disponer de instrumentos más flexibles, especialmente los instrumentos financieros oficiales de apoyo a la internacionalización, como FIEM y CESCE, que trabajarán para incorporar procedimientos de aprobación más flexibles y dirigidos de forma especial a las pymes. Esto es,

¹⁶ Según datos del Registro de Inversiones de la Secretaría de Estado de Comercio, Ministerio de Economía, Comercio y Empresa.

además, coherente con lo recomendado por la AIREF en su informe de evaluación de los instrumentos de apoyo financiero a la internacionalización¹⁷.

4. **PROTECCIONISMO** – Debido a que nos enfrentamos a un entorno en donde las medidas **proteccionistas** proliferan, con incrementos de los derechos arancelarios entre socios comerciales, en vez de desarmes, así como otras medidas de política comercial restrictivas y normativas en otros ámbitos que se traducen en barreras al comercio internacional, el informe de revisión recomienda (**recomendación 7**) que España continúe apoyando un **sistema multilateral de comercio** basado en normas y que sea transparente. Sin embargo, los **acuerdos comerciales entre la Unión Europea y terceros países cobran cada vez** mayor importancia para apoyar la internacionalización de la economía y garantizar el acceso a nuevos mercados, así como el suministro estable de inputs estratégicos. Al mismo tiempo, la **inversión directa** gana protagonismo en este nuevo entorno, para acceder a nuevos mercados e integrarse en cadenas globales de valor, con atención a los intereses estratégicos nacionales (**recomendación 8**).

Por ello, la “Actualización de la Estrategia” mantiene el eje de actuación relativo a la política comercial para aprovechar mejor las oportunidades de negocio derivadas tanto de la política comercial común como de las instituciones financieras y organismos multilaterales. Asimismo, se mantiene la línea de acción para atraer inversión extranjera de alto valor añadido, incorporando la atención a los intereses estratégicos nacionales derivados del contexto actual, y potenciando, por otra parte, el apoyo a la inversión directa española en el exterior.

5. **SEGURIDAD E INTELIGENCIA ECONÓMICA** – Las **mayores tensiones geopolíticas** que caracterizan este nuevo entorno económico global, entre las que destacan la guerra comercial y tecnológica entre Estados Unidos y China y la invasión rusa a Ucrania, con la amenaza de una fragmentación del comercio y la inversión internacional, y los **problemas de suministro** que se dieron durante la pandemia del COVID—19, especialmente en la primera etapa por las restricciones de movilidad, han puesto de manifiesto el riesgo por la elevada concentración geográfica del **suministro de algunos productos estratégicos**, unido a la incertidumbre y proteccionismo ya analizados. Esto ha hecho tomar conciencia de la gran dependencia exterior para el suministro de algunos productos estratégicos, que pueden afectar a la **seguridad económica**.

Por ello, siguiendo las **recomendaciones 9, 10, 11 y 12** de la revisión de la Estrategia, que destacan la importancia de **contribuir a la seguridad económica de España** y la mayor necesidad que tienen las empresas de información estratégica en este nuevo contexto global incierto, con regulaciones proteccionistas y regulaciones en múltiples ámbitos en los países de destino, hacen necesario que se refuercen los instrumentos de **inteligencia económica** que la Secretaría de Estado de Comercio pone a disposición de las empresas. Todo esto está unido a la importancia del seguimiento de la evolución de los productos importados potencialmente vulnerables y la necesidad de **facilitar a las empresas el acceso a suministradores estables y diversificados** para aquellos productos estratégicos que puedan estar expuestos a riesgos de suministro, especialmente por la concentración de la producción de los mismos en un solo país o en un grupo de países muy reducido. En este nuevo contexto, se pone de manifiesto la importancia de las importaciones, y no sólo de las exportaciones, porque son esenciales para mejorar la productividad de las empresas, permitir su acceso a mercados exteriores y su integración en cadenas de valor.

¹⁷ <https://www.airef.es/es/estudios/estudio-instrumentos-financieros-del-sector-publico-para-el-apoyo-a-sectores-productivos-de-la-economia-espanola/>

Asimismo, debe ponerse un foco especial en favorecer la inserción de empresas españolas en cadenas globales de valor, tal y como establece la **recomendación 18**.

Por ello, en la “Actualización de la Estrategia” se contempla un nuevo principio rector, Seguridad Económica, ligado al concepto de Autonomía Estratégica Abierta de la Unión Europea y la Estrategia Resilient EU2030, que refleja la gran importancia que se le da a este concepto, que debe permear todas las actuaciones, así como una nueva línea de actuación, Inteligencia Económica.

- 6. ESTRATEGIA PASE** (Países de Actuación Sectorial Estratégica) – Dado este contexto global tan complejo, se tendrán en cuenta las mayores dificultades que afrontan las empresas para acceder a terceros mercados, más complejos y en los que han proliferado las medidas proteccionistas, pero con un mayor potencial de crecimiento, para lograr una mayor diversificación geográfica de las exportaciones españolas, así como las tendencias sectoriales para identificar los productos con mayor potencial para la internacionalización, especialmente los productos relacionados con las transiciones ecológica y digital en los que España presente capacidades competitivas. Hay que considerar que, sin una mayor presencia en China y Estados Unidos, que representaron en 2022 el 23,8% de las importaciones mundiales y en los que España tiene unas cuotas muy inferiores a su cuota en el comercio internacional, resultará difícil incrementar nuestra cuota en las exportaciones mundiales. Así, siguiendo las **recomendaciones 13, 14 y 15**, estos factores se tendrán en cuenta en la próxima revisión del Ejercicio PASE, intensificándose las actuaciones para favorecer el acceso a más mercados, teniendo en cuenta las tendencias sectoriales, especialmente aquellos productos relacionados con las transiciones ecológica y digital, así como para fomentar actuaciones dirigidas a incrementar el contenido tecnológico de las exportaciones españolas en todos los sectores.

Por ello, en la “Actualización de la Estrategia” se contemplan las nuevas directrices para la revisión de la Estrategia PASE, que se realizará de forma paralela a la elaboración de los siguientes planes de acción.

- 7. PYMES** – La estructura productiva española caracterizada por el elevado peso de las pymes en el tejido empresarial, se refleja en el peso relativamente alto de éstas en la exportación española. Como señala la revisión de la Estrategia, el tamaño medio de la empresa exportadora en España es inferior al de nuestros principales socios europeos. Así, siguiendo la **recomendación 16** de la revisión, es necesario que las pymes cobren un mayor protagonismo en las acciones contempladas por la Estrategia y los planes de acción, reforzando su visibilidad y mejorando su acceso a los instrumentos de apoyo a la internacionalización.

Por ello, en la “Actualización de la Estrategia” se concede mayor protagonismo a las pymes, reforzando dentro de la nueva línea de acción 1 – Adaptación constante e innovadora a las necesidades de las empresas – las actuaciones para facilitar un mejor acceso y conocimiento de éstas a los instrumentos de apoyo a la internacionalización.

- 8. EXPORTACIONES DE SERVICIOS** – Los servicios no turísticos españoles han demostrado una competitividad y capacidad de crecimiento elevadas en los últimos años. A esta buena evolución se une la creciente digitalización de la economía, que favorece el aumento del comercio de servicios, en especial, aquellos que pueden ser prestados a distancia. Así, siguiendo la **recomendación 17** de la revisión, y en línea con la propuesta de revisión del reto 1, la Estrategia y los próximos planes de acción otorgan una mayor importancia a las medidas de apoyo a la exportación de servicios. Ya sea con algunas medidas específicas para este sector como, sobre

todo, asegurándose de que las distintas actuaciones e instrumentos están bien adaptados a las características propias de las empresas de servicios.

Por ello, en la “Actualización de la Estrategia” se concede mayor importancia a las exportaciones de servicios no turísticos, reforzando la introducción de medidas e instrumentos para este sector, bien adaptados a las características de las empresas de servicios.

9. **DOBLE TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y DIGITAL** – Por otra parte, en estos momentos es obligatorio incluir en cualquier estrategia o plan de acción, ya sea de internacionalización como desde un punto de vista de estrategia económica a nivel nacional, dos conceptos fundamentales: la sostenibilidad ambiental y social y la digitalización. La **transición energética y la transición digital**, además cobran especial relevancia en el comercio internacional. Así, siguiendo la **recomendación 19** de la revisión de la Estrategia, que pone de manifiesto la gran relevancia de las mismas para la economía española, con un crecimiento del volumen de comercio asociado a la doble transición energética y digital del 80% en los últimos cinco años, y su repercusión en el fuerte incremento del déficit comercial para España, la actualización de la Estrategia concede una importancia todavía mayor a estos conceptos, que tienen que ser transversales, afectando a todas las actuaciones.

Por ello, en la “Actualización de la Estrategia” se incorporan dos nuevos principios rectores: Sostenibilidad, fenómeno transversal que afecta a todos los sectores y debe permear todas las actuaciones llevadas a cabo, y Digitalización, con una importancia creciente y que afecta a todos los sectores internacionalizados, debiendo igualmente permear todas las actividades.

10. **IGUALDAD DE GÉNERO** – La **igualdad de género** no puede quedar fuera de cualquier estrategia en estos momentos, y es un campo en el que, si bien se ha avanzado mucho, queda todavía un largo camino por recorrer. Como los principios anteriores, tiene que ser un objetivo transversal que alcance a todas las líneas de acción de la Estrategia, en línea con la posición de España de apoyar activamente el papel de la mujer en la internacionalización de la economía española. Así, siguiendo la **recomendación 20** de la revisión, y dando continuidad a la Estrategia y a las actuaciones implementadas en los planes de acción desarrollados hasta ahora, se mantiene esta prioridad reforzando aún más su importancia.

Por ello, la “Actualización de la Estrategia” incorpora otro principio rector nuevo, Igualdad de Género que, si bien ya se contemplaba en la Estrategia y era un objetivo de los principales instrumentos de apoyo a la internacionalización, la “Actualización de la Estrategia” da un paso más en su tratamiento, incluyéndolo como un nuevo principio rector que tiene que permear todas las líneas de actuación de la Estrategia y Planes de Acción.

11. **GOBERNANZA** – Por último, y siguiendo las recomendaciones generales del informe de Evaluación a medio camino de la Estrategia de Internacionalización de la Economía Española 2017-20, el sistema de gobernanza de la Estrategia y de sus Planes de Acción debe reforzarse para facilitar la capacidad de adaptación ante un entorno cambiante, estableciendo mecanismos de detección temprana que faciliten respuestas dinámicas.

Por ello, la “Actualización de la Estrategia” refuerza la coordinación, estableciéndola como el principio fundamental que rige toda la Estrategia y cada uno de los planes que la desarrollan, con el objetivo de asegurar la coherencia y coordinación de la acción de las Administraciones Públicas, facilitando así la respuesta temprana ante nuevos desafíos.

5. NUEVA ESTRUCTURA DE LA ESTRATEGIA: PRINCIPIOS RECTORES Y LÍNEAS DE ACTUACIÓN

5.1. RETOS ACTUALIZADOS

Siguiendo la **recomendación 2** de la Revisión de la Estrategia a medio camino: “revisar y complementar los grandes retos de la misma”, y en línea con lo expuesto en el epígrafe anterior, punto 1, se definen cinco grandes retos:

1. Alcanzar un **valor de exportaciones nominales de bienes de 400.000 millones de euros en 2027, con un crecimiento real del 30% en el periodo 2016-2027.**
2. Alcanzar **un crecimiento real de las exportaciones de servicios no turísticos del 90% en el periodo 2016-2027.**
3. Conseguir que en 2027 **40.000 empresas exporten regularmente más de 5.000 euros anuales.**
4. Conseguir en **el periodo 2017-2027 contratos por valor de 650.000 millones de euros en licitaciones internacionales para las empresas españolas.**
5. Alcanzar en 2027 **un stock de inversiones directas extranjeras de 600.000 millones de euros.**

CUADRO DE INDICADORES ASOCIADOS A LOS RETOS DE LA ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACION 2017 – 2027				
RETOS E INDICADORES	2024	2025	2026	2027
1. Alcanzar un valor de exportaciones nominales de bienes de 400.000 millones de euros en 2027 con un crecimiento real del 30% en el periodo 2016-2027				
Indicador 1.1. Valor nominal de las exportaciones de bienes (M€) ⁽¹⁾				
Indicador 1.2: Crecimiento real de las exportaciones de bienes respecto al ejercicio anterior (%) ⁽²⁾				
Indicador 1.3. Crecimiento real de las exportaciones de bienes respecto a 2016 (%) ⁽²⁾				
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⁾				
Indicador 1.4: Peso de las exportaciones de bienes y servicios sobre el PIB de la economía española (%) ⁽³⁾				
2. Alcanzar un crecimiento real de las exportaciones de servicios no turísticos del 90% en el periodo 2016-2027				
Indicador 2.1. Crecimiento real de las exportaciones de servicios no turísticos respecto al ejercicio anterior (%) ⁽²⁾				
Indicador 2.2. Crecimiento real de las exportaciones de servicios no turísticos respecto a 2016 (%) ⁽²⁾				
3. Conseguir que 40.000 empresas exporten regularmente más de 5.000 euros anuales en bienes en 2027				
Indicador 3.1: Número de empresas exportadoras ⁽¹⁾				
Indicador 3.2. Número de empresas exportadoras (>5.000€ anuales) ⁽¹⁾				
Indicador 3.3. Número de empresas exportadoras regulares ⁽¹⁾				
Indicador 3.4: Número de empresas que exportan regularmente (>5.000€ anuales) ⁽¹⁾				
4. Conseguir en el periodo 2017-2027 contratos por valor de 650.000 millones de euros en licitaciones internacionales para las empresas españolas				
Indicador 4.1: Monto de contratos ganados por empresas españolas en licitaciones internacionales (M€) ⁽⁴⁾				
Indicador 4.2. Monto de contratos ganados por empresas españolas en licitaciones internacionales desde 2016 (M€) ⁽⁴⁾				
Indicador 4.3: Monto de los contratos adjudicados en licitaciones internacionales y financiados por Instituciones Financieras Internacionales (M\$) ⁽⁵⁾				
Indicador 4.4: Monto de los contratos adjudicados a empresas españolas en licitaciones de Instituciones Financieras Internacionales (M\$) ⁽⁵⁾				
Indicador 4.4: 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 (%) ⁽⁵⁾				
5. Alcanzar en 2027 un stock de inversiones directas extranjeras de 600.000 millones de euros ^(*)				
Indicador 5.1. Stock de inversión extranjera en España (M€) ⁽⁶⁾				
Indicador 5.3: Stock de inversión extranjera en España en relación al PIB español (%) ⁽⁷⁾				
Indicador 5.2: Stock de inversión extranjera en España (M\$) ⁽⁸⁾				
Indicador 5.4: Stock de inversión extranjera en España en relación al stock de inversión mundial (%) ⁽⁸⁾				
Indicador 5.5: Inversión bruta extranjera en España (M€) ⁽⁶⁾				
Indicador 5.6: Inversión bruta extranjera con relación al PIB español (%) ⁽⁷⁾				

(*) De acuerdo con los datos del Registro de Inversiones Exteriores de la Secretaría de Estado de Comercio, Ministerio de Economía, Comercio y Empresa.

(1) Fuente: Subdirección General de Estudios y Evaluación de Instrumentos de Política Comercial, Secretaría de Estado de Comercio. Ministerio de Economía, Comercio y Empresa, a partir de datos del Banco de España.

(2) Fuente: Subdirección General de Estudios y Evaluación de Instrumentos de Política Comercial, Secretaría de Estado de Comercio. Ministerio de Economía, Comercio y Empresa.

(3) Fuente: Elaboración propia de la SG de Estrategia de Internacionalización a partir de datos del INE y de la SG Estudios y Evaluación de Instrumentos de Política Comercial. Secretaría de Estado de Comercio. Ministerio de Economía, Comercio y Empresa.

(4) Fuente: Subdirección General de Estrategia de Internacionalización, Secretaría de Estado de Comercio (Datos LICINT). Ministerio de Economía, Comercio y Empresa.

(5) Fuente: Secretaría General del Tesoro. Ministerio de Economía, Comercio y Empresa.

(6) Fuente: Registro de Inversiones Exteriores, Secretaría de Estado de Comercio. Ministerio de Economía, Comercio y Empresa.

(7) Fuente: Elaboración de la Subdirección General de Estrategia de Internacionalización a partir de datos del INE y del Registro de Inversiones Exteriores, Secretaría de Estado de Comercio. Ministerio de Economía, Comercio y Empresa.

(8) Fuente: UNCTAD.

5.2. PRINCIPIOS RECTORES Y LÍNEAS DE ACTUACIÓN

Por todo lo anterior, los ejes o áreas de actuación previstos en la Estrategia deben reformularse, para responder a los profundos cambios experimentados por la economía mundial no previstos en el momento de diseñar la Estrategia, de cara a conseguir una mayor capacidad de adaptación ante un entorno internacional cambiante y para atender de forma más explícita los objetivos de coordinación, igualdad de género, de sostenibilidad ambiental y social, de seguridad económica y de digitalización. Se trata, como indica la revisión de la Estrategia, de retos y objetivos de naturaleza transversal que afectan a distintas áreas de las políticas e instrumentos de apoyo a la internacionalización.

Así, se establecen **cinco principios rectores y cinco líneas de actuación**.

Los **principios rectores** representan las directrices y valores que deben estar presentes en todas las acciones. Están, además, alineados con las cuatro líneas directrices del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia¹⁸ el cual traza la **hoja de ruta** para la modernización de la economía española, la recuperación del crecimiento económico y la creación de empleo, para una reconstrucción económica sólida, inclusiva y resiliente tras la crisis de la COVID, capaz de enfrentar y **responder a los retos de la próxima década**. Estos principios rectores tienen un carácter **muy transversal y deben permear todas las políticas, medidas y actuaciones que se propongan**:

1. Coordinación.
2. Sostenibilidad.
3. Digitalización.
4. Igualdad de género.
5. Seguridad económica.

Las **líneas de actuación** siguen la misma línea fijada en la Estrategia, pero adaptadas al entorno internacional global previamente descrito:

1. Adaptación constante e innovadora a las necesidades de las empresas.
2. Factores de competitividad para la internacionalización: talento, marca e innovación.
3. Foros internacionales y política comercial europea.
4. Atracción de inversión extranjera de alto valor añadido.
5. Inteligencia Económica.

¹⁸ Las 4 líneas directrices del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia son:

- Transición ecológica.
 - Transformación digital.
 - Igualdad de género.
 - Cohesión social y territorial.
- <https://planderecuperacion.gob.es/>

5.2.1. PRINCIPIOS RECTORES:

1. COORDINACIÓN

En el marco del creciente interés por la internacionalización, la coordinación de políticas, instrumentos y actuaciones ha de seguir siendo el principio fundamental que rige toda la Estrategia renovada y de cada uno de los planes que la desarrollarán. Todo ello, con el objetivo de asegurar la coherencia y coordinación de la acción de las Administraciones Públicas, así como la complementariedad con la actuación del sector privado.

El artículo 50.2 de la Ley 14/2013, de 27 de septiembre, establece que el Gobierno dirige las políticas de fomento de la internacionalización y que su coordinación corresponde a la Secretaría de Estado de Comercio, sin perjuicio de las competencias de los demás Ministerios y de las Comunidades Autónomas. Esta coordinación la realiza la **Secretaría de Estado de Comercio** a través del **Grupo de Trabajo Interministerial sobre Apoyo a la Internacionalización de la Empresa Española**, y del **Consejo Interterritorial de Internacionalización**.

Tanto en la Estrategia, como en los planes de acción que la han desarrollado, se ha dado siempre una gran importancia a la coordinación. En el contexto actual este principio ha adquirido mayor relevancia si cabe. A medida que más actores institucionales y privados se posicionan y desarrollan instrumentos y actividades internacionales en sus áreas de competencia, deviene más importante reforzar la coordinación entre Ministerios y también entre las actuaciones a nivel estatal y a nivel autonómico. El objetivo es buscar sinergias entre las políticas de internacionalización y otras políticas, así como la complementariedad con las acciones llevadas a cabo por el sector privado, pues al fin y al cabo las empresas son el destinatario principal de toda la Estrategia.

Por ello, desde la Secretaría de Estado de Comercio se hará un renovado esfuerzo para que todos los departamentos y organismos públicos, estatales y autonómicos, con actuaciones en materia de fomento de la internacionalización trabajen de forma coordinada y eficiente, junto al sector privado. Solo así podrá el sector exterior ser más competitivo y resiliente y se podrá adaptar a las nuevas tendencias y retos con mayor rapidez y eficiencia.

2. SOSTENIBILIDAD

La sostenibilidad, tanto medioambiental como social, es una herramienta clave, no sólo para potenciar el impacto en destino, sino también como factor de diferenciación que favorece la competitividad internacional de nuestras empresas y de la economía española.

La sostenibilidad venía ya contemplada en la Estrategia y en los planes de acción que la desarrollan, planteándose desde el Plan 2019-2020 el objetivo de consolidarla como política transversal. En el nuevo contexto internacional, y tras su implantación generalizada como prioridad en el contexto económico global, la Estrategia reafirma su importancia y la necesidad de tratarla como una prioridad transversal que debe estar presente en todas sus actuaciones. Por ello, ha de ser un principio rector de la misma.

La transición hacia una economía más sostenible es un proceso con el que están comprometidas las principales economías mundiales y que determinará la posición competitiva de nuestras empresas y de nuestra economía en el medio y largo plazo. La sostenibilidad no es sólo una herramienta para potenciar un impacto social y medioambiental positivo en destino, sino que también es una herramienta de diferenciación y refuerzo de la competitividad internacional de nuestras empresas y de la economía española. Al mismo tiempo, reducir el riesgo ante mercados regulatorios cambiantes y potenciar el liderazgo de nuestras empresas en este campo, se convierte en un objetivo prioritario.

La sostenibilidad afecta a todos los sectores y exige un esfuerzo de adaptación para todas las empresas, internacionalizadas o no. Todo ello implica ciertas amenazas, pero también ofrece considerables oportunidades para las empresas que quieran exportar o implantarse en el exterior, para lo que será necesario disponer de un buen conocimiento del sector y su regulación en cada mercado.

A medida que se avance hacia una economía más sostenible, el patrón de comercio se verá afectado, con menor dependencia de hidrocarburos, nuevas oportunidades en energías renovables y electrificación, pero también nuevas dependencias en materias primas críticas. Éste es un campo nuevo prioritario para la política industrial, incluyendo diversas regulaciones e incentivos que pueden afectar a la estrategia de internacionalización de las empresas. También será un área de creciente importancia para la política comercial, ya que todos los Acuerdos de Libre Comercio han de contener capítulos de sostenibilidad con compromisos relevantes. Una de las tendencias recientes en los mercados internacionales es demostrar una decidida apuesta por la sostenibilidad, tanto de los productos como del conjunto de las intervenciones de cualquier empresa exportadora. Por todo ello, desarrollar y comunicar eficazmente ese compromiso de sostenibilidad es un requisito cada día más necesario.

3. DIGITALIZACIÓN

Incorporar la digitalización es indispensable para la supervivencia de la empresa, para mejorar la eficiencia en nuestras exportaciones y también para reducir el impacto medioambiental.

Al igual que la sostenibilidad, la digitalización ya estaba presente en los ejes definidos en la Estrategia, pero ahora, en el nuevo contexto internacional tras la pandemia y con los avances de la Inteligencia Artificial, se convierte en un principio rector para destacar su importancia y su urgencia. De esta manera, debe estar presente y permear todas las actuaciones.

La incorporación de la digitalización es condición indispensable para mejorar la productividad y la competitividad necesarias para la supervivencia y la consolidación de todas las empresas que abordan los tan competitivos mercados internacionales, así como para reducir el impacto medioambiental. Por ello, es necesario establecer medidas que favorezcan la digitalización en todas las empresas, con especial énfasis en las pymes.

La digitalización tiene una importancia creciente y afecta a todos los sectores internacionalizados. Esto supone un reto de adaptación para las empresas, particularmente en cuanto a sus recursos humanos y tecnológicos, pero también es su mejor oportunidad para aprovechar esta potente herramienta de competitividad. Es previsible que contribuya a un crecimiento más rápido del comercio de servicios y ofrezca oportunidades para aquellas empresas que se adapten mejor a los nuevos desarrollos digitales y, en particular, para algunas empresas de servicios como los de ciberseguridad. Por todo ello, la incorporación de la digitalización en todas las empresas es muy necesaria para que con ello mejoren sus oportunidades para consolidarse internacionalmente.

4. IGUALDAD DE GÉNERO

Buscar la igualdad de género en todas las actuaciones planteadas, en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 de Naciones Unidas es necesario para desarrollar el papel que tienen las mujeres en la internacionalización de la economía española.

El objetivo de la paridad de género ya se ha aceptado e instalado en casi todos los ámbitos y ahora se incorpora como un principio rector que deberá permear todas las acciones.

El papel de la mujer en la internacionalización de la economía española ya era una prioridad en la Estrategia y cada uno de los planes de acción han establecido medidas para seguir avanzando en ello. Se han conseguido logros importantes, pero todavía queda mucho trabajo por hacer. El Grupo de Trabajo sobre “Mujer e internacionalización”, creado en el Plan de Acción 2019-2020, que nació para potenciar el papel que tienen las mujeres en la internacionalización de la economía española y sentar las bases para avanzar en la incorporación de las mujeres en el comercio internacional y la igualdad de género, debe seguir avanzando en esta línea de manera coordinada y transversal.

Tal y como refleja el informe de revisión de la Estrategia, los resultados de los estudios y encuestas realizados muestran que aún persiste una importante brecha de género en el ámbito de la internacionalización. En consecuencia, se debe seguir desarrollando y potenciando el papel que tienen y que han de tener las mujeres en la internacionalización de la economía española. Este objetivo debe tener un carácter verdaderamente transversal, de forma que alcance a todas las actuaciones contempladas en los próximos planes de acción.

5. SEGURIDAD ECONÓMICA

Nuevo principio rector que se incorpora en la revisión de la Estrategia, teniendo en cuenta el nuevo contexto global tan complejo e incierto.

La contribución a la seguridad económica de la economía española debe permear todas las líneas de actuación, en línea con el concepto de **autonomía estratégica abierta de la Unión Europea**¹⁹. El objetivo final es promover la competitividad de su industria, protegerse de las amenazas externas y forjar partenariados con otros países, adaptándose a una realidad internacional caracterizada por la rivalidad entre grandes potencias. **La Estrategia Resilient EU 2030**,²⁰ presentada durante la Presidencia española de la UE plantea una visión estratégica con nueve ejes de acción para reforzar la autonomía estratégica abierta y el liderazgo global de la Unión Europea en sectores como la energía, las tecnologías digitales, la salud y la alimentación, dando mayor relevancia a las importaciones y a la diversificación de proveedores, a un mayor control de inversiones exteriores, la introducción de estándares europeos en terceros países, así como al logro de acuerdos con países con intereses comunes con el fin de mejorar nuestra inserción en las Cadenas Globales de Valor y favorecer así su resiliencia, algo que en cualquier caso ya estaba presente en los objetivos fijados en anteriores planes de acción.

La pandemia del COVID-19 puso en evidencia la dificultad de mantener los suministros esenciales desde el exterior en un contexto de perturbaciones y de guerras comerciales. Las tensiones geopolíticas y la invasión rusa de Ucrania han llevado a la Unión Europea a abordar de forma inmediata la necesidad de actuar de forma más autónoma y decidida para reducir las dependencias y vulnerabilidades de su economía. Igualmente, también hace falta abordar los retos en materia de seguridad que llevan aparejados los profundos cambios tecnológicos en curso. Ésta es la razón por la que en junio de 2023 la Comisión Europea y el Alto Representante de la Unión Europea presentaron una propuesta de estrategia de seguridad económica, para impulsar la competitividad de la industria europea, protegerse de las amenazas externas y promover asociaciones con otros países, adaptándose a una realidad internacional caracterizada por la rivalidad entre grandes potencias.

¹⁹ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52023JC0020>

²⁰ <https://futuros.gob.es/sites/default/files/2023-09/RESILIENTEU2030.pdf>

La Secretaría de Estado de Comercio apoya esos esfuerzos y contribuirá a que estas medidas sean efectivas y útiles para nuestro país, partiendo del reconocimiento de la interdependencia en las cadenas de valor y de la vocación de apertura de las economías española y europea.

5.2.2. LÍNEAS DE ACTUACIÓN:

Las cinco líneas de actuación de esta Estrategia actualizada, siguen similares prioridades a las definidas en los seis ejes de la Estrategia, pero adaptadas al entorno internacional global actual que se ha descrito.

1. ADAPTACIÓN CONSTANTE E INNOVADORA A LAS NECESIDADES DE LAS EMPRESAS

Los destinatarios principales de esta Estrategia renovada son las empresas en proceso de internacionalizarse. Sigue siendo fundamental conocer muy bien sus necesidades para poder adaptarnos a su perfil y a esas necesidades.

Tal y como se establecía en el Eje 1 de la Estrategia, se debe seguir trabajando para ofrecer un apoyo a la internacionalización cada vez más adaptado a las necesidades y al perfil de las empresas. Son ellas quienes están en el centro, como los auténticos y principales destinatarios de toda la Estrategia, a la vez que como los principales ejecutores y beneficiarios de la misma.

Para conseguir incrementar la base de empresas que exportan de forma regular, **hay que conocer mejor a las empresas, sus fortalezas y debilidades, así como sus necesidades.** Sobre todo, las de aquéllas que, por sus productos o por sus recursos de capital físico, financiero o humano, no mantienen su actividad internacional de forma constante. En el pasado, la falta de regularidad en las exportaciones venía fundamentalmente determinada por las necesidades de las crisis, problema estructural vinculado al **modesto tamaño promedio y a la excesiva proporción de las pymes en la economía española.** Afortunadamente, esto es algo que está cambiando y cada día son más las empresas que van haciendo de la exportación una actividad regular.

Para asegurar que esa tendencia se mantiene y que con ello mejora la capacidad y resiliencia de nuestro sector exterior, debemos definir instrumentos flexibles y adecuados a las necesidades de las empresas, con especial atención a las pymes. Para ello, el primer paso ha de ser ampliar el conocimiento profundo de las pymes y de su actividad en el exterior, para así diseñar herramientas, programas e instrumentos adaptados a sus necesidades.

2. FACTORES DE COMPETITIVIDAD EN LA INTERNACIONALIZACIÓN: TALENTO, MARCA E INNOVACIÓN.

Favorecer la competitividad de las empresas a largo plazo implica desarrollar, atraer y fidelizar talento en todas las áreas de la empresa, así como fomentar el posicionamiento de la marca, como elemento intangible de competitividad y de diferenciación y el desarrollo de la innovación de las empresas españolas.

Esta segunda línea de actuación (ejes dos y tres de la Estrategia) busca favorecer la competitividad de nuestras empresas, fomentando factores de competitividad tan relevantes como el talento, la marca, la tecnología y la innovación.

El talento, entendido como recursos humanos de calidad, es probablemente el principal factor de competitividad de las empresas y la clave para su desarrollo internacional. Desde el conocimiento de idiomas, hasta la capacidad para desenvolverse profesional y personalmente en ámbitos multiculturales. Por ello, se debe potenciar la formación en internacionalización empresarial y ofrecer programas adaptados a las necesidades actuales de atracción de talento donde hay una gran competencia internacional.

Igualmente, es fundamental dar a conocer y promocionar la marca e imagen colectiva de nuestro país, como elemento diferencial para la internacionalización de nuestra economía, tanto desde el punto de vista de las empresas españolas y sus capacidades en el exterior, como desde el punto de vista del atractivo que puede generar para la atracción de inversión extranjera.

Otro de los factores de competitividad que depende del talento es la tecnología. Las continuas oleadas de innovación, en ocasiones disruptiva, condicionan la internacionalización de las empresas. La innovación tecnológica contribuye a que nuestras empresas produzcan y exporten bienes y servicios de mejor calidad y mayor valor añadido a los mercados exteriores siempre muy exigentes y competitivos. Solo la incorporación de talento puede ayudar a las empresas a mantenerse en la vanguardia tecnológica que asegura la competitividad.

3. FOROS INTERNACIONALES Y POLÍTICA COMERCIAL EUROPEA

Aprovechar la apertura de mercados resultante de la política comercial de la UE Incluidas las licitaciones internacionales y las compras públicas. Intensificar la participación en los proyectos de las instituciones financieras multilaterales.

En el contexto comercial actual proliferan tanto las medidas proteccionistas clásicas como nuevas restricciones, incluidas las tecnológicas, y las cadenas de suministros se han visto afectadas por restricciones y consideraciones estratégicas. En este nuevo escenario, es de gran relevancia defender un sistema multilateral de comercio abierto, transparente, justo y basado en reglas actualizadas que den respuesta a los desafíos del comercio internacional. La Unión Europea y España apoyan firmemente esa apuesta por reformar la gobernanza multilateral para que dé respuesta a los actuales desafíos del comercio internacional.

Para que las empresas españolas puedan contar con mercados abiertos, la política comercial común debe continuar desarrollándose a través de la negociación, firma y aplicación eficaz de la amplia lista de Acuerdos Comerciales, así como por la detección y eliminación real de las barreras al comercio y a la inversión de más impacto. España debe seguir apoyando la actuación de la Comisión Europea en este esfuerzo y complementándolo con nuestro esfuerzo bilateral.

Además, en el contexto de fomento de la autonomía estratégica abierta, la diversificación de suministradores es fundamental para asegurar el aprovisionamiento de materias primas esenciales como los minerales estratégicos y las tierras raras y de tecnologías estratégicas.

Tal y como se establecía en el Eje cuatro de la Estrategia, debemos seguir trabajando con medidas concretas y efectivas para participar en las licitaciones públicas y privadas en todos los países. En especial, en aquellas financiadas por la Unión Europea y por las instituciones financieras y organismos multilaterales de desarrollo. Las empresas reciben ya un considerable flujo de información que se debe reforzar para que éstas tengan opciones de concursar con mayores posibilidades de éxito.

La creciente y cada día más relevante presencia de la Administración española en estos programas, instituciones y organismos multilaterales, así como el esfuerzo de difusión de información facilitan el acceso de nuestras empresas a licitaciones internacionales.

4. ATRACCIÓN DE INVERSIÓN EXTRANJERA DE ALTO VALOR AÑADIDO.

Potenciar la captación, consolidación y retención de inversión extranjera que aporte alto valor añadido y posicionamiento estratégico.

El objetivo es atraer, fidelizar y retener inversión extranjera de calidad, generadora de empleo cualificado y de riqueza, pieza fundamental para la transición a un modelo sostenible y estratégicamente posicionado en los mercados más avanzados y en las cadenas de valor.

Tal y como establecía el Eje cinco de la Estrategia, seguiremos **trabajando para potenciar la captación, consolidación y fidelización de inversión extranjera de alto valor añadido**, para así mejorar la competitividad de nuestra base productiva a la vez que se avanza en la consecución de una autonomía estratégica abierta que permita, en el medio y largo plazo, reforzar la resiliencia de nuestro tejido productivo frente a las incertidumbres actuales y las que puedan surgir. Aunque España ya está muy posicionada en cadenas de valor estratégico, esta reforzada apuesta puede ser una forma de contribuir a un suministro más estable de inputs fundamentales para la economía española como la microelectrónica, la movilidad sostenible y la tecnología farmacéutica y sanitaria avanzada.

De forma similar, **invertir en el exterior puede ser otra forma de posicionamiento estratégico, como vehículo de acceso a mercados que no se pueden abordar sin una presencia directa** bien sea por requerimiento legal o por incentivos tan importantes que no aprovecharlos dejaría a nuestras empresas fuera del mercado. En otros casos, la implantación es la mejor estrategia para ganar tamaño, para aprovechar factores de competitividad y contribuir a la producción de bienes y servicios estratégicos.

5. INTELIGENCIA ECONÓMICA

En el actual contexto de riesgos intensificados y con la seguridad económica como clave estratégica, la inteligencia económica y la inteligencia competitiva son herramientas cada día más imprescindibles. La Secretaría de Estado de Comercio aporta todo el conocimiento para reforzar el enfoque de inteligencia aplicado a la toma de decisiones de internacionalización.

La inteligencia económica, como información incorporada a la toma de decisiones, es una **herramienta crítica** para conocer las oportunidades, riesgos y amenazas que todas las empresas afrontan en el mercado nacional, más aún en otros mercados. Actualmente, en el nuevo contexto estratégico, y ante un mapa de riesgos más complejo, el uso de las herramientas de inteligencia ha de reforzarse para ayudar a más empresas, incluidas las pymes, a entender y enfrentar esas nuevas amenazas.

Además de los **crecientes riesgos económicos y financieros** (inflación, subida de los tipos de interés o debilidad del crecimiento económico), el nuevo mapa de riesgos incluye crecientes **riesgos políticos** (guerras, conflictos e inestabilidad de los gobiernos, sanciones, fallos de regulación y proteccionismo), **riesgos medioambientales** (calentamiento, sequías e inundaciones), **riesgos socio laborales** (escasez de recursos humanos cualificados, migraciones, sanitarios) o **riesgos tecnológicos** (ciberseguridad) entre otros. Nadie está libre de los riesgos del entorno y todas las empresas han de estar concienciadas a la vez que aplicar las metodologías y herramientas de análisis disponibles.

En este nuevo contexto global muy complejo, las empresas necesitan todavía más acceder a un conocimiento detallado de las medidas y regulaciones existentes en múltiples ámbitos en cada país de destino, que les permitan así conocer cuáles son las estrategias de acceso más adecuadas en cada mercado. Por ello, en la actualización de la Estrategia se ha incorporado esta nueva línea de acción, con el objetivo de reforzar los instrumentos de inteligencia económica que la Secretaría de Estado de Comercio pone a disposición de las empresas.

6. CONCLUSIÓN

El objetivo último de la Estrategia de Internacionalización de la Economía Española 2017-2027 es maximizar la contribución del sector exterior al crecimiento y a la creación de empleo, con carácter estructural, así como la mejora de la competitividad. Para garantizar la máxima eficiencia y efectividad de la misma, la Estrategia incorpora un “ejercicio de evaluación que permita medir los resultados de los sucesivos planes de actuación bienales, y realizar un seguimiento pormenorizado del cumplimiento de las metas fijadas en la estrategia y en los planes que la desarrollen”. En el marco de este sistema de evaluación se ha publicado el *“Informe de Evaluación a medio camino de la Estrategia de Internacionalización de la Economía Española 2017-2027”*²¹. Dicho informe concluye que los problemas y retos identificados en la Estrategia, continúan siendo relevantes y responden a fallos de mercado vigentes que justifican la intervención pública. A la luz de sus conclusiones y de los profundos cambios experimentados por la economía mundial no previstos en el momento de diseñar la Estrategia, se ha llevado a cabo esta *“Actualización de la Estrategia de Internacionalización de la Economía Española 2017-2027”*.

Este documento actualiza la Estrategia de Internacionalización de la Economía Española 2017-2027, y su contenido deberá ser tenido en cuenta en la elaboración de los próximos Planes de Acción que la desarrollan.

²¹ https://comercio.gob.es/es-es/estrategia_internacionalizacion/Paginas/informe-internacionalizacion-2017.aspx