



## Aprobada la Estrategia de Internacionalización 2017-2027 y el Plan Integral de Competitividad del Comercio Minorista para este año

- La Estrategia de Internacionalización pretende aumentar la aportación del sector exterior al crecimiento y al empleo
- El Plan de Comercio Minorista impulsará la incorporación al mundo digital

**8 de septiembre de 2017.-** El Consejo de Ministros ha aprobado la Estrategia de Internacionalización de la Economía Española 2017-2027 y el primer Plan de Acción Bienal (2017-2018) incluido en la misma. El objetivo de la Estrategia es asegurar que la contribución positiva del sector exterior al crecimiento económico se convierta en un fenómeno estructural y revierta en creación de empleo, como ocurre desde el año 2014. El Consejo ha aprobado igualmente el Plan Integral de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista 2017, que busca potenciar la competitividad del sector y ayudar especialmente a los formatos tradicionales a renovarse para trabajar en el nuevo escenario digital.

La Estrategia de Internacionalización incorpora una amplia variedad de campos de actuación e identifica áreas y sectores con gran potencial de expansión exterior, con el consiguiente efecto arrastre sobre el conjunto de la economía. La elaboración, por primera vez, de una estrategia a 10 años responde a la necesidad de contar con un marco que permita una planificación a más largo plazo, instrumentada luego en planes bienales, que se adaptan a las circunstancias que impactan en el comercio mundial en cada momento. Estos incorporan un conjunto de medidas concretas para apoyar a los exportadores y atraer inversión hacia España, en colaboración con otras instituciones y con el sector privado.

El programa a 10 años incluye un análisis de la situación de la economía española en materia de internacionalización e identifica seis áreas de actuación en las que se centrarán los esfuerzos del sector público:

1. Apoyo cada vez más adaptado a las necesidades y perfil de las empresas, propiciando su aumento de tamaño.
2. Incorporación de la innovación, la tecnología, la marca y la digitalización en los procesos de internacionalización.
3. Desarrollo del capital humano.
4. Aprovechamiento de oportunidades derivadas de la política comercial común y de las instituciones financieras y organismos multilaterales.
5. Captación y consolidación de inversión extranjera de alto valor añadido.
6. Refuerzo de la coordinación y complementariedad de las acciones de todos los actores públicos y privados relevantes.

Además, recoge medidas para aumentar la base de empresas que exportan regularmente (actualmente en torno a 50.000). Para ello se harán diagnósticos más ajustados de las necesidades de las empresas y se elaborarán programas en consonancia; se potenciará el programa ICEX NEXT de iniciación a la exportación; se actualizará el catálogo de servicios personalizados; y se reforzará el programa ICEX Capacita, en colaboración con las Cámaras de Comercio y los institutos autonómicos de promoción comercial, entre otras actuaciones.

Se pretende también diversificar y consolidar los mercados de destino y asegurar el apoyo financiero a las operaciones de internacionalización mediante diversas actuaciones relacionadas con los fondos FIEM, con CESCE, COFIDES y el ICO.

La Estrategia incorpora un conjunto de acciones dirigidas específicamente a *startups*, como misiones directas e inversas específicas para este tipo de compañías y otras en las que vayan de la mano de empresas ya consolidadas. Para pymes, incluye la adaptación de los instrumentos de financiación de la internacionalización; acciones de sensibilización sobre la importancia de salir al exterior y el fomento de la colaboración entre ellas para abordar mercados internacionales.

Para empresas de tamaño mediano, propone, entre otras acciones, el refuerzo del Programa del ICEX Cre100do, la determinación de las causas de interrupción de sus ventas al exterior o la identificación de aquellas compañías con potencial para la internacionalización. En el caso

de las grandes empresas, la Estrategia apuesta por potenciar los programas del ICEX Integra, Gran Distribución y Sourcing.

El sector exterior ha sido decisivo en la salida de la crisis, con un máximo histórico de exportaciones en 2016 (254.530 millones de euros) y una reducción del déficit comercial entre 2007 y 2016 de 81.000 millones de euros, consecuencia, principalmente, del aumento de las exportaciones (68.000 millones), y, en menor medida, del abaratamiento de la factura energética (13.000 millones). Esta evolución ha permitido que en los últimos cuatro años España haya tenido superávit corriente (equivalente al 2% del PIB en 2016).

Todo ello ha impulsado el grado de internacionalización de la economía española en casi 8 puntos (las exportaciones de bienes y servicios han pasado de representar el 25% del PIB en 2008 al 33% en 2016). Además, en este tiempo España ha mantenido su cuota exportadora en el comercio mundial y ello a pesar de la fuerte irrupción de China.

La elaboración de la Estrategia corresponde al Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, en el marco del Grupo Interministerial de Apoyo a la Internacionalización de la empresa española. Ha contado con una amplia participación de los distintos ministerios así como de agentes económicos y sociales. El Gobierno aspira a contar también con un amplio consenso político puesto que el sector exterior es capital en tanto que uno de cada cuatro puestos de trabajo en España depende de la actividad internacional de las empresas.

El Plan Integral de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista 2017 da continuidad a los impulsados desde 2013 para hacer frente a la crisis que atravesó este sector, especialmente el pequeño comercio tradicional, desde finales de 2007 como consecuencia del retraimiento del consumo. Desde 2013 se han beneficiado de estos planes más de 300.000 comercios, con una dotación de 33 millones de euros. El comercio minorista supone en torno al 5% del PIB español y da empleo a más de 1,9 millones de personas (10,2% del total de ocupados).

El Plan 2017 –que se financia con cargo a los presupuestos de 2017 y no implica gasto adicional- se orienta al nuevo escenario comercial, a la necesaria renovación del sector, a la adaptación al mercado digital y a facilitar el relevo generacional. Se pretende dar un impulso a la modernización del comercio minorista tradicional y para ello apuesta por combinar la apertura de tiendas físicas con las estrategias *on line*. Según

la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), en 2016 el comercio electrónico facturó en España 24.185 millones de euros, un 20,8% más que el 2015.

Contempla diez líneas estratégicas, que se plasman en más de 40 medidas, a desarrollar con la colaboración de 12 ministerios, las comunidades autónomas, ayuntamientos y asociaciones del sector:

1.- Innovación para adaptarse a los nuevos hábitos de compra y de venta. Formación en nuevas tecnologías para configurar comercios modernos e innovadores sin que ello suponga perder su singularidad.

En este punto, destaca la convocatoria junto con la FEMP de un concurso de ideas para aunar tecnología y actividad comercial y aportar soluciones innovadoras.

2.- Fomento de los centros comerciales abiertos y mercados municipales para mantener la actividad en las calles y en los centros de las ciudades.

3.- Apoyo financiero a las empresas, para facilitar la inversión y la modernización (mejora de la gestión empresarial, ahorro de costes y optimización de los recursos).

4.- Promoción comercial y reactivación de la demanda para aumentar las ventas y dar sostenibilidad a los negocios.

5.- Respaldo a los emprendedores para impulsar la creación de empresas del sector comercial, a través de la reducción de cargas administrativas y la provisión de información útil para el inicio y desarrollo de la actividad (ayudas, incentivos o propiedad intelectual e industrial, entre otros).

6.- Desarrollo de las sinergias entre comercio y turismo. Promoción del turismo de compras.

7.- Mejora de la seguridad de los establecimientos comerciales y de los productos así como de la protección de las marcas.

8.- Seguimiento de los efectos de la aplicación de las medidas legislativas en la eliminación de trabas al ejercicio de la actividad comercial.

9.- Impulso a la internacionalización como estímulo para ampliar mercados y reforzar la imagen de calidad de los productos españoles en otros países.

10.- Desarrollo del empleo y la formación para dignificar la profesión. Destaca la colaboración que desarrollarán la Escuela de Organización Industrial (EOI) y la Secretaría de Estado de Comercio para implementar acciones de formación en Experiencia de Cliente, así como el análisis de la problemática del relevo generacional en el sector.

El Plan fue presentado a las comunidades autónomas en la Conferencia Sectorial del pasado 21 de abril y ha contado en su elaboración con una

amplia participación, tanto de ministerios como de comunidades, entidades locales, Cámaras de Comercio y organizaciones empresariales, entre otros.