

Primer Informe Anual

# Grupo de Trabajo para la Internacionalización del Sector Agroalimentario

GTISA 2013



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

Primer Informe Anual  
**Grupo de Trabajo para  
la Internacionalización  
del Sector Agroalimentario**  
GTISA 2013

Madrid, 2014





# Índice

Introducción .....	5
Organización de las labores llevadas a cabo en el marco del GTISA .....	7
Actuaciones desarrolladas en el marco de las Líneas Estratégicas .....	9
Eje 1. Coordinación.....	9
Eje 2. Información y formación.....	15
Eje 3. Apoyo a la exportación y a la implantación en el exterior.....	20
Eje 4. Apertura de mercados.....	30
Valoración.....	41





# Introducción

En el marco del documento *“Líneas Estratégicas para la Internacionalización del Sector Agroalimentario”* se emite el presente informe para dar respuesta al punto 6 de dicho documento (Seguimiento y Evaluación), que indica que entre las tareas del Comité Sectorial para la Internacionalización del Sector Agroalimentario, creado en julio 2013, está la de:

*“...Elaborar el informe anual de seguimiento y evaluación de resultados de las “Líneas Estratégicas para la Internacionalización del Sector Agroalimentario” que se presentará al GTISA, e irá acompañado en su caso de propuestas de modificación...”*





# Organización de las labores llevadas a cabo en el marco del GTISA

Las Líneas Estratégicas se definen en torno a **cuatro ejes de actuación**: la mejora de la coordinación entre departamentos y administraciones; el impulso de la información y la formación a las empresas exportadoras; el incremento del apoyo a la exportación y a la implantación en el exterior; y la apertura y consolidación de los mercados exteriores.

Para la puesta en marcha de estas estrategias se han constituido diversos **grupos de trabajo**, abiertos a la participación de todas las instituciones y organizaciones públicas y privadas interesadas, que ya han comenzado a trabajar a favor de la promoción de la internacionalización de nuestras empresas agrarias y alimentarias.

Los seis Grupos de Trabajo dependientes del Comité Consultivo Sectorial se centran en los siguientes sectores: cárnico, frutas y hortalizas, vino, aceites y grasas, productos de la pesca y, finalmente, gastronomía.





# Actuaciones desarrolladas en el marco de las líneas estratégicas

## EJE 1. COORDINACIÓN

### 1.1 Mejorar la coordinación y colaboración entre los departamentos Ministeriales

- *Celebración de reuniones periódicas de los Órganos Colegiados Interministeriales.*
- *Armonización de los análisis del comercio exterior.*
- *Impulso a la Diplomacia Comercial.*

Con el objetivo de mejorar la coordinación y colaboración entre los departamentos Ministeriales, se han realizado diferentes acciones durante 2013:

- » El 9 de mayo de 2013 se realizó la tercera reunión del Grupo de Trabajo para la Internacionalización del Sector Agroalimentario (GTISA), en la que tras la aprobación del acta de la segunda reunión (celebrada el 17 de diciembre de 2012), se presentó el documento “Líneas estratégicas de Internacionalización del Sector Agroalimentario”, a raíz del cual se han comenzado numerosas acciones que se detallan en el presente documento, con el fin último de potenciar la internacionalización del sector agroalimentario español.
- » En 2013, también se produjeron reuniones de coordinación entre la Subdirección General de Análisis, Prospectiva y Coordinación del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA) y su homóloga en el Ministerio de Economía y Competitividad (MINECO).
- » Con el objetivo de ofrecer la misma información, a instancias de la Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB) se creó un Grupo de Trabajo para homogeneizar la forma de presentar los datos del sector desde el MAGRAMA y desde la propia Federación.
- » El MAGRAMA, las Consejerías de Turismo y el Instituto Cervantes han realizado en 2013 jornadas sobre turismo gastronómico.

### 1.2 Mejorar la coordinación y colaboración con las Comunidades Autónomas (CCAA)

#### Incentivar la coordinación y la colaboración

- *Celebración de reuniones de los Órganos Colegiados Interterritoriales.*
- *Coordinación de las actuaciones de promoción exterior e información a las CCAA en diversos aspectos de la internacionalización y de las políticas comunitarias.*
- *Coordinación de actuaciones de promoción exterior, en particular las financiadas en el ámbito de la política de Desarrollo Rural.*
- *Mejorar la coordinación e información a las CCAA en materia de negociaciones de acuerdos comerciales bilaterales que afecten a derechos de propiedad intelectual de las Denominaciones de Origen Protegidas y de las Indicaciones Geográficas Protegidas (DOP e IGP).*
- » El 13 de marzo de 2013, bajo la presidencia del Ministro de Economía y Competitividad, se realizó la sesión plenaria del **Consejo Interterritorial de Internacionalización (CII)** a la que asistieron representantes de la Administración General del Estado (AGE), de las CCAA y del sector privado, entre ellas la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE). El fin de esta reunión periódica es coordinar y evitar duplicidades para potenciar de forma más eficiente la internacionalización de las empresas españolas. En la reunión se trató el tema de la integración de 14 oficinas de las delegaciones de las CCAA en las Oficinas Económicas y Comerciales de España en el exterior (OFECOMES) que, a pesar de ser un proceso complejo, mejora claramente la eficiencia de la Administración. Otros temas tratados fueron las Jornadas de Financiación celebradas en diferentes CCAA, la remisión a las CCAA del Plan de Actividades 2013, la firma del Protocolo de Cola-

boración de 10 CCAA (Valencia, Galicia, Castilla-La Mancha, Castilla y León, Aragón, Murcia, Cantabria, Canarias, Andalucía y Madrid) y de 5 CCAA que han firmado un Convenio de Colaboración (Valencia, Galicia, Murcia, Cantabria y Andalucía).

- » Durante 2013 se realizaron reuniones sectoriales semestrales en las que ICEX España Exportación e Inversiones (en adelante, ICEX) convocó la mesa de Coordinación Sectorial Agroalimentaria el 24 de junio y el 10 de diciembre. Esta mesa agrupa diferentes asociaciones, el MAGRAMA, el Consejo Superior de Cámaras de Comercio y a las Comunidades Autónomas.
- » Con la intención de mejorar la coordinación de actuaciones e información de las CCAA, ICEX envió en enero de 2013 el Plan de Actividades 2013 a todas las Comunidades Autónomas. En el calendario se mostraron las acciones proyectadas para ese año en el ámbito de la promoción comercial; la formación e iniciación en internacionalización; la inversión y la cooperación empresarial y la atracción de inversiones extranjeras. Todo ello con el objetivo de que las Comunidades Autónomas e ICEX sumasen esfuerzos en el exterior en beneficio de nuestras empresas.
- » Por otro lado, las Consejerías de Agricultura del MAGRAMA, durante 2013 y tal y como hacen habitualmente, han colaborado con las oficinas territoriales de las Comunidades Autónomas para informar de nuevas legislaciones, requisitos sanitarios, apoyo a las empresas, organización de misiones inversas, etc.
- » Entre los acuerdos para mejorar la coordinación con las CCAA, es relevante la firma, por parte de una gran parte de las CCAA, de acuerdos de integración de sus respectivas oficinas de promoción en el exterior en la red de Oficinas Comerciales del Estado, dependientes del MINECO.

Entre las CCAA firmantes se encuentran Madrid, Valencia, Galicia, Castilla y León, Castilla-La Mancha, Aragón, Murcia, Cantabria, Canarias y Andalucía. En total ya se ha firmado la integración de más de 80 oficinas comerciales autonómicas. Durante 2013 se han continuado los trabajos con otras Comunidades Autónomas, como es el caso de Extremadura y La Rioja, en aras de una próxima firma de acuerdos que lleven a la integración de sus respectivas oficinas, con la consiguiente reducción del gasto público y la mejor coordinación de los efectivos destinados a la internacionalización de la economía española.

### 1.3 Mejorar la coordinación y colaboración con las organizaciones y asociaciones sectoriales

#### Establecer foros de información y coordinación

- *Potenciar acuerdos con las asociaciones y organizaciones empresariales de cara a su participación en la información y asesoramiento a sus integrantes asociados en relación con los trámites de comercio exterior.*
- *Reuniones de las Comisiones Sectoriales de Comercio Exterior Agroalimentario trasladando el modelo del Grupo Cárnico a los sectores que lo requieran.*
- *Celebración de reuniones de los órganos colegiados interterritoriales e interministeriales con participación del sector privado.*
- *Utilización de plataformas tecnológicas como impulso de las actividades de I+D+i enfocadas a potenciar la internacionalización.*

» Con fecha 29 de julio de 2013 tuvo lugar la primera reunión del “Comité Consultivo Sectorial para la Internacionalización del Sector Agroalimentario”, cuya creación venía prevista en el punto 6 de las Líneas Estratégicas para la Internacionalización del Sector Agroalimentario. Este Comité, copresidido por el Director General de la Industria Alimen-

taria (MAGRAMA) y el Director General de Comercio Internacional e Inversiones (MINECO), se ha constituido con el fin de ser el instrumento de coordinación entre la AGE, a través del GTISA, con las diferentes asociaciones y organizaciones sectoriales en materia de internacionalización. Para ello, a la reunión estaban convocados representantes de las asociaciones agroalimentarias de exportadores reconocidas como entidades colaboradoras de la Secretaría de Estado de Comercio Exterior, en virtud del régimen de colaboración establecido en la Orden Ministerial ITC /3690/2005, de 22 de noviembre (BOE de 29 de noviembre).

» En este ámbito de la coordinación y colaboración con las organizaciones y asociaciones sectoriales, es relevante la actividad del “Observatorio Español del Mercado del Vino” (OEMV), que tiene su origen en el pacto entre el antiguo Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino (MARM), la Federación Española del Vino (FEV), la Secretaría General de Comercio e ICEX, y se financia en parte importante con fondos públicos, pero se trata de una fundación independiente. Durante 2013, entre ICEX y OEMV, así como entre ICEX y FEV, se han firmado convenios para el intercambio de información.

» En septiembre de 2013, el Secretario de Estado de Comercio y la Presidenta del Círculo de Empresarios firmaron un convenio de colaboración para impulsar la internacionalización de las empresas españolas y fomentar el emprendimiento en nuestra economía. Esta colaboración implica la organización conjunta de seminarios y conferencias por todo el territorio nacional sobre internacionalización y sobre la vinculación de la globalización con la innovación y la actividad emprendedora. La Secretaría de Estado de Comercio ha ofrecido como ponentes a sus máximos responsables en estas materias y, los socios del Círculo de Empresarios, a los especialistas en los procesos de internacionalización y emprendimiento de las propias empresas. El convenio también prevé la participación de reconocidos expertos del mundo académico. El convenio contempla asimismo la creación de

un “Programa Empresa-Funcionarios” del Ministerio de Economía y Competitividad cuyo objetivo es la formación de ambos colectivos en el trabajo específico que desarrolla cada uno de ellos. Por un lado, propone servir a los funcionarios de la administración comercial española para conocer en profundidad las empresas que enfrentan estos retos. Por otro lado, servir a los responsables de estas empresas para familiarizarse con el trabajo que desarrollan los máximos responsables de la administración comercial en este terreno.

» Uno de los grandes avances del GTISA en 2013 ha sido la constitución de los diferentes Grupos de Trabajo dependientes del Comité Consultivo Sectorial. A continuación se enumeran las actividades de cada grupo durante 2013:

- Las reuniones del **Grupo de Trabajo Cárnico** tienen como objetivo servir de foro de debate y de coordinación entre el sector y las administraciones para los temas relacionados con el futuro de la industria cárnica y su proyección exterior. Los principales temas que se tratan en este Grupo de Trabajo son la apertura de mercados y las posibles novedades acontecidas sobre las visitas realizadas por autoridades de otros países (últimas visitas realizadas al sector, visitas pendientes, listados de empresas autorizadas si procede, etc.) En estas reuniones participan representantes del MAGRAMA, del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad (MSSSI), y asociaciones de empresas relacionadas con el comercio exterior de productos ganaderos. De forma coyuntural han participado representantes de otros departamentos ministeriales, como puede ser la Agencia Estatal de Administración Tributaria.

En el año 2013 se celebraron tres reuniones del Grupo de Trabajo Cárnico: el 23 de abril, el 18 de julio y el 11 de noviembre de 2013.

- Con fecha 16 de diciembre de 2013 tuvo lugar la primera reunión del **Grupo de Trabajo de Productos de la Pesca**. El objetivo es crear un

foro de comunicación entre administraciones y asociaciones de manera análoga al previamente existente: el grupo cárnico. Este grupo de trabajo prevé que en el orden del día se contemple, en general, un punto de “visitas” para inspeccionar y abrir, reabrir mercados/productos, una segunda parte de “intercambios comerciales” y una tercera de “otros asuntos” donde tanto la Administración como el sector pueden sacar a relucir aquellos problemas que enfrenten de cara a la comercialización exterior de sus productos.

Además de a las asociaciones del sector, se convoca a MAGRAMA, MSSSI, ICEX y MINECO.

- La primera reunión del **Grupo de Trabajo de Aceites y Aceitunas** tuvo lugar el 4 de diciembre de 2013 con la participación activa de empresas y asociaciones del sector.
  - También durante 2013 se ha constituido el **Grupo de Trabajo de Frutas y Hortalizas**, y se han realizado las dos primeras reuniones: los días 20 de junio y 8 de noviembre de 2013. Este grupo de trabajo cuenta con la asistencia de MAGRAMA, MSSSI, ICEX y MINECO, y una nutrida representación del sector a través de sus asociaciones y federaciones.
  - Se ha constituido el **Grupo de Trabajo de la Gastronomía** el 13 de Diciembre de 2013.
  - También se ha creado el **Grupo de Trabajo del Vino**, si bien su primera reunión se ha celebrado al inicio de 2014.
- » Sobre la línea de acción que pretende una mayor utilización de las plataformas tecnológicas, desde el Ministerio de Economía y Competitividad (la Dirección General de Innovación y Competitividad,) se han potenciado varias plataformas tecnológicas durante 2013:
- Plataforma Tecnológica del Vino, en la que también ha participado ICEX. Su objetivo es contri-

buir al desarrollo del sector del vino nacional, definiendo objetivos estratégicos concretos, reales y alcanzables <http://ptvino.com/index.php/es/>

- Plataforma Tecnológica de Biotecnología Vegetal. <http://invegen.org/>
- Plataforma Food for Life-Spain (PTE FFL-Spain), también potenciada por el MAGRAMA, ICEX y el Ministerio de Industria, Energía y Turismo (MINE-TUR). Se dedica al sector alimentación en toda su cadena, desde la producción al consumidor; su enlace es el siguiente: [http://www.foodforlife-spain.org/v\\_portal/apartados/pl\\_basica.asp?te=4](http://www.foodforlife-spain.org/v_portal/apartados/pl_basica.asp?te=4)

Dado que el propio informe anual de seguimiento y evaluación de resultados de las “Líneas estratégicas para la Internacionalización del Sector Agroalimentario” comprende la intención de propuestas de modificación, desde la Dirección General de Innovación y Competitividad se propone crear un grupo de trabajo formado por estas plataformas tecnológicas destinado a potenciar la internacionalización del sector, de modo que se podrían definir líneas de actuación y actividades concretas a llevar a cabo en los sectores que representan.

#### Programas de colaboración con asociaciones

- *Colaboración con asociaciones de exportadores, planes sectoriales, asistencia técnica e información continua sobre nueva legislación en terceros países.*
  - *Mejorar la información a las empresas sobre servicios y programas de apoyo a la internacionalización.*
- » Las Oficinas Comerciales, dependientes del Ministerio de Economía y Competitividad (en adelante, OFECOMES), las Embajadas y las Consejerías de Agricultura en el exterior han mantenido numerosos encuentros para apoyar a las empresas, informarlas de los requisitos sanitarios del país en el que estén interesadas y realizar promoción de producto.

Las actividades en este ámbito son innumerables. Así, sirva como ejemplo las actividades desarrolladas por una única OFECOME (España cuenta con una red de 90 OFECOMES dependientes de la Secretaría de Estado de Comercio), la situada en Dubái durante 2013: durante el año 2013 se han celebrado 140 reuniones en la Oficina Comercial con empresas del sector agroalimentario en las que se informa sobre las características del mercado y de los servicios que ICEX y la oficina comercial ponen al servicio de la empresa; se han resuelto 90 consultas a empresas españolas del sector agroalimentario; se ha realizado un estudio de mercado sobre los productos gourmet y 6 informes de feria del sector agro. Adicionalmente, se ha realizado una visita guiada a 8 directivos de grandes empresas del sector agroalimentario pertenecientes a la FIAB. Se les acompañó a reuniones con los principales importadores/ distribuidores, y también se visitaron los establecimientos de venta más importantes para que pudieran conocer de primera mano el sector, y obtener información de precios y calidades en el canal de venta al público del país.

» ICEX, en su actividad habitual de cooperación con asociaciones sectoriales, ha mantenido durante 2013 la actividad de “Planes Sectoriales”. Estos Planes Sectoriales se negocian anualmente y son cofinanciados por ICEX y la asociación implicada. Su realización supone aumentar el conocimiento en destino de los productos españoles, consolidar la presencia en los lineales de los puntos de venta y dar conocer las distintas formas de consumo. Para su desarrollo, se diseña un plan de acciones promocionales en colaboración con las OFECOMES, que implica una serie de actividades tales como degustaciones de producto, promociones de punto de venta, seminarios etc., y siempre teniendo en cuenta el público objetivo: prensa, importadores, canal Horeca, etc.

» Durante 2013 se han mantenido los Planes Sectoriales en diferentes mercados: cereza, kaki, jamón serrano, jamón ibérico, vinagre o queso, por citar algunos de ellos.

» Por otro lado, ICEX ha colaborado con los Consejos Reguladores del Vino para acciones en mercados (Rías Baixas, Rioja y Cava) y se han establecido convenios con OEMV y FEV para el intercambio de información.

» Es reseñable que en julio de 2013 ha tenido lugar la creación del Comité Consultivo Sectorial para la Internacionalización del Sector Agroalimentario: co-presidido por el Director General de Comercio Internacional e Inversiones (MINECO) y el Director General de la Industria Alimentaria (MAGRAMA), y del que pueden formar parte todas las asociaciones agroalimentarias de exportadores reconocidas como entidades colaboradoras de la Secretaría de Estado de Comercio Exterior.

» Sobre la asistencia técnica e información continua de nueva legislación en terceros países, el MINECO, gracias a la presencia local de la red de Oficinas Económicas en el exterior, viene realizando una labor amplia de difusión de nueva normativa y asesoramiento a las empresas en caso de que éstas tengan dudas, apoyándose para la citada difusión de la información en las asociaciones reconocidas.

» Las Consejerías de Agricultura del MAGRAMA, en 2013, han informado a organizaciones sectoriales sobre ciertas novedades legislativas, requisitos sanitarios a la importación y tendencias de mercado. Asimismo, se ha promovido la cooperación con las asociaciones sectoriales para el estudio, adaptación y aplicación de la normativa de la Unión Aduanera y para la elaboración de procedimientos de autocontrol.

» El MAGRAMA y el MINECO han coordinado sus acciones para conseguir reuniones con las asociaciones sectoriales y con las empresas interesadas para la preparación de las visitas de auditoría de los países terceros.

## 1.4 Simplificar trámites administrativos y mejorar los servicios

### Simplificación de trámites administrativos

- *Análisis de los procedimientos y trámites para determinar las posibilidades de simplificación.*
- *Profundizar en los procesos de simplificación de trámites administrativos de certificación necesarios para la exportación.*

» Para potenciar una mayor simplificación en trámites administrativos, en 2013, desde el Ministerio de Industria, Energía y Turismo (MINETUR) se ha creado acceso a dos sitios web de interés para las empresas españolas:

- El portal PYME es una plataforma electrónica (**[www.ipyme.org](http://www.ipyme.org)**) que contiene información relacionada con el mundo de la Pequeña Y Mediana Empresa (PYME) (información laboral, fiscal, jurídica, etc.) y herramientas útiles (plan de empresa, bases de datos de ayudas, etc.). En este ámbito, se han establecido colaboraciones con distintas entidades (periódicos, universidades, asociaciones empresariales, etc.) para la difusión de la información del portal PYME.
- **[www.circe.es](http://www.circe.es)**. Sitio web del Centro de Información y Red de Creación de Empresas (CIRCE) sobre constitución telemática de empresas. El Centro de Información presta servicios de información, asesoramiento y tramitación electrónica de manera presencial, telefónica o por correo electrónico.

### Mejora de los servicios

- *Celebración de reuniones de los Órganos Colegiados Interterritoriales.*

- *Puesta en conocimiento de las empresas sobre distintos servicios y programas de apoyo a la internacionalización.*
- *Actualización del sistema de acceso a las listas de establecimientos autorizados para exportación y su renovación.*
- *Mejora del acceso al sistema de información sobre mercados disponible en los diferentes departamentos.*
- *Aumentar la funcionalidad de los sistemas informáticos CEXGAN y CEXVEG.*
- *Mejora del sistema de aprobación de productos fitosanitarios.*
- *Mejora de los procedimientos de inspección.*

» Durante 2013, los organismos integrantes del GTISA han llevado a cabo numerosas acciones que, en última instancia, redundan en una mejora de los servicios prestados por la AGE.

» En enero de 2013 se ha procedido a actualizar la "Guía de Servicios para la Internacionalización" que recoge la amplia gama de instrumentos que proporciona la Secretaría de Estado de Comercio del MINECO a las empresas españolas, para impulsar su expansión en los mercados exteriores y apoyarla en todas las fases de su proceso de internacionalización, y comprende las más de 100 oficinas económicas y comerciales en el mundo, la labor de ICEX, de la Compañía Española de Financiación del Desarrollo (COFIDES), Expansión Exterior y la Compañía Española de Seguros de Crédito a la Exportación (CESCE).

([http://www.mineco.gob.es/stfls/mineco/comercio/pdf/Guia\\_Servicios\\_Internacionalizacion\\_Enero\\_2013.pdf](http://www.mineco.gob.es/stfls/mineco/comercio/pdf/Guia_Servicios_Internacionalizacion_Enero_2013.pdf)).

» En el sector del vino, en el mes de septiembre de 2013 se ha procedido a la firma, en Pekín, de un Memorandum de Entendimiento entre España y China en materia vitivinícola que incluye, entre otras cuestiones, el avance en el desarrollo e implementación del certificado electrónico para ex-

portar vino de España a China. Para este objetivo, el MAGRAMA ha colaborado con los Consejos Reguladores de la DOP Rioja y de la DOP Cava en la definición del modelo de datos mínimos que contemplaría la aplicación informática para verificación de los productos exportados a China.

- » En el MAGRAMA se ha procedido a la elaboración de una instrucción (de fecha 1/02/2013), dirigida a los inspectores de los puntos de inspección fitosanitaria, que permite la autorización de los viveros de plantas ornamentales como centros de inspección para la exportación, con el fin de facilitar las manipulaciones de estas delicadas mercancías.
- » Sobre los sistemas informáticos CEXGAN y CEXVEG se han realizado importantes trabajos. Así, se han generado en la aplicación informática de exportación de productos de origen animal, CEXGAN, un total de 100 certificados sanitarios de exportación. Con estas nuevas incorporaciones, a día de hoy CEXGAN dispone de 571 modelos diferentes de certificados sanitarios en función de los diferentes productos y de los requisitos sanitarios que exige cada país.
- » El servicio de atención al usuario (SAUS) de la aplicación informática de exportación de productos de origen animal, CEXGAN, ha atendido satisfactoriamente 5.466 solicitudes de información de operadores.
- » El servicio de atención al usuario (SAUS) de la aplicación informática de exportación de vegetales, CEXVEG, ha atendido 3.400 consultas telefónicas y 3.600 correos electrónicos de operadores durante 2013.
- » La aplicación informática de exportación de productos vegetales, CEXVEG, ha incorporado por primera vez la campaña de exportación de cítricos a Estados Unidos, de forma que todo el procedimiento administrativo, desde la inscripción de

operadores y de huertos hasta la emisión de los certificados, se realiza telemáticamente.

## EJE 2. INFORMACIÓN Y FORMACIÓN

### 2.1 Impulsar la formación especializada en internacionalización

#### Mejorar la capacitación y la formación de las empresas en materia de internacionalización

- *Fomentar plataformas de formación e información dirigidas a empresas.*
  - *Promover el acceso a las empresas de jóvenes profesionales formados en el exterior.*
  - *Ofrecer a las empresas con necesidades específicas servicios de formación "a medida".*
  - *Promover la adopción de acuerdos entre organizaciones empresariales para el desarrollo de actuaciones conjuntas en materia de formación, intercambio de experiencias y estancias en empresas con experiencia exportadora.*
  - *Mejorar los sistemas de información sobre cursos y oportunidades de formación.*
- » En relación con la línea de acción del fomento de plataformas de información dirigidas a empresas, cabe destacar que, desde la Secretaría de Estado de Comercio, se ha publicado mensualmente durante 2013 el boletín electrónico de la Secretaría de Estado de Comercio, cuyo enlace se encuentra en la siguiente dirección: <http://boletin-secex.comercio.mineco.es/es-ES/Paginas/default.aspx>

Este boletín informa sobre las acciones de apoyo a la internacionalización llevadas a cabo mes a mes, diferentes medidas de política comercial tanto de la UE como de terceros países, indicadores de la actividad exterior y también noticias sobre éxitos de empresas españolas en el exterior. Todo ello con la intención de poner en conocimiento de



las empresas, de forma muy actualizada, los instrumentos de apoyo a la exportación, el acceso a los mercados, etc.

Durante 2013, tanto desde ICEX como desde el MAGRAMA, se han realizado numerosas acciones encaminadas a impulsar la formación específica en materia de internacionalización. A continuación se enumeran algunas de las múltiples actividades realizadas.

» Así, ICEX ha contado entre sus actividades con:

- Realización de seminarios dirigidos al sector.
- Webminarios y aulas virtuales con jornadas en diferido: realizados contando con la colaboración de las Oficinas Económicas y Comerciales y expertos del sector agroalimentario de los países de destino. Este tipo de actividades realizadas telemáticamente cuenta con un amplio interés por parte de los sectores y así, en 2013 casi 500 asistentes recibieron formación en los 58 seminarios on-line que se promovieron desde ICEX, de los cuales 7 fueron grabados y editados para permitir su visualización a través del Aula Virtual con acceso en [www.icex.es](http://www.icex.es).

Estas actividades de formación fueron, en algunas ocasiones, específicas para productos concretos (sirvan como ejemplos: “El mercado del vino en Corea”, “El mercado del vino en Brasil” o “El mercado del vino en Marruecos”, “Aceite de oliva en Brasil”, “Productos cárnicos en Ucrania”, etc.) y en otras ocasiones fueron más globales, con temática tan variada como: “Cómo abordar el mercado de alimentos y vinos en Hong Kong”, “Países Bajos y Alemania: el mercado de alimentación ecológica”, “Productos gourmet en Bélgica”, etc.

- ICEX, durante 2013, ha destinado a 234 becarios a las Oficinas Económicas y Comerciales para realizar prácticas relacionadas con el comercio exterior de los productos y servicios españoles. La

formación que reciben es muy completa ya que posteriormente realizan otro año de prácticas en empresas en España o en el exterior.

- ICEX ha incorporado en el programa de prácticas en empresas 9 becarios en empresas agroalimentarias.
- La labor de ICEX y de la Secretaría de Estado de Comercio es constante a través de sus 94 Oficinas Comerciales al servicio de las empresas, desde las que en 2013 se ha ofrecido asistencia continua.

» Se han realizado numerosas jornadas para favorecer la exportación de empresas españolas, algunas con la cooperación de los sectores interesados. Entre ellas, en junio de 2013 se celebró la jornada “Oportunidades para los vinos españoles en mercados internacionales” en la sede del OEMV, participando en ellas el MAGRAMA, ICEX, la Secretaría de Estado de Comercio y FEV y, entre otras cuestiones, se planteó “La internacionalización del sector vitivinícola español. El apoyo de ICEX” para difundir el conocimiento en el sector de diferentes instrumentos de apoyo a la internacionalización.

» El MAGRAMA, enmarcado en su “Programa de alta formación para gestores de empresas de la cadena alimentaria (Anticipa2)”, ha realizado varias actividades, entre ellas: “Salir fuera ¿aventura o necesidad?” (junio de 2013), “Diseño e Internacionalización para cuatro mercados estratégicos: Brasil, Japón, India y China” (noviembre de 2012) y “Claves para diseñar con éxito productos dirigidos a mercados internacionales: China, India, Japón y Brasil” (marzo de 2013).

» Desde FIAB se han organizado varios seminarios monográficos sobre la distribución en determinados mercados (ej: Los mercados de Italia y Alemania), o sobre un canal determinado focalizado en un mercado específico (ej: La Marca de Distribución en Europa: Focus en Francia).

- » Apoyándose en las nuevas tecnologías, FIAB editó el Videoestudio Singapur, un minucioso estudio de mercado que incluye entrevistas realizadas a algunas de las principales empresas importadoras y cadenas de supermercados.
- » Con el objetivo de mejorar la capacitación de los equipos comerciales de empresas del sector, FIAB ha convocado el V Programa de Formación Comercial Internacional, dirigido a los Export Managers, para gestionar eficazmente las ventas internacionales, especialmente en el canal de la distribución moderna internacional.
- » Adicionalmente, en mayo de 2013 y previo a la feria EXPOLIVA 2013, se realizó la “Jornada sobre promoción y potenciación internacional de consumo de aceite de oliva virgen extra”.
- » Durante 2013 también se ha realizado la tercera edición del “Máster de Gestión de Empresas Agroalimentarias” en el marco de un convenio suscrito entre el MAGRAMA y la Fundación LAFER, con el fin de establecer conexiones entre el citado máster y el Programa de Alta Formación del Ministerio.
- » Por su parte, tanto las OFECOMES como las Direcciones Territoriales y Provinciales de Comercio del MINECO, así como las Consejerías de Agricultura en el exterior, difunden actividades formativas que hay en relación a sus países y al comercio exterior. Como ejemplo de la actividad de las Consejerías de Agricultura, la Consejería con sede en China está promoviendo un programa formativo destinado a las empresas españolas del sector cárnico autorizadas a exportar a este país. Las casi 100 OFECOMES del MINECO repartidas por todo el mundo permiten ofrecer a las empresas con necesidades específicas servicios de formación “a medida”. Las acciones llevadas a cabo por esta amplia red son innumerables.
- » Con el objeto, entre otras cuestiones, de promover acuerdos entre organizaciones empresariales para el desarrollo de actuaciones conjuntas en materia de formación, el MAGRAMA fomenta la inter-

nacionalización del modelo cooperativo español en Latinoamérica en colaboración con la AECID y las principales cooperativas agrarias españolas, mediante la celebración de reuniones, seminarios y creación de sinergias y redes de contactos. Durante 2013 hubo un encuentro de este tipo en La Antigua (Guatemala).

- » Durante 2013, ICEX ha colaborado con la Cámara de Comercio de Madrid y la Universidad Rey Juan Carlos en la preparación del Curso Superior de Comercialización del Vino, que ha tenido lugar durante el primer semestre de 2014 con especial incidencia en la apertura a mercados exteriores.
- » Creación del nuevo Canal Historia en el portal Foodsfromspain.com y comienzo de la fusión de los portales de Foods y de Wines from Spain.
- » Incorporación del Centro de Estudios Económicos y Comerciales (CECO) a ICEX.

## 2.2 Facilitar el acceso a la gestión electrónica

### **Mejorar en las PYMES el conocimiento y utilización de las nuevas herramientas de comunicación**

- *Facilitar la creación, actualización y adaptación de páginas web en especial con información en varios idiomas.*
- *Desarrollo de actividades de e-market e impulsar plataformas “e-Export Alimentaria” para el desarrollo del comercio electrónico.*
- *Impulso a la gestión telemática de los trámites administrativos para la exportación.*

Para dar cumplimiento a los anteriores objetivos, se han llevado a cabo una serie de acciones por parte de ICEX:

- » ICEX ha potenciado el registro on-line para las acciones de búsqueda de distribución de alimentos y vinos.

## 2.3 Mejorar el conocimiento sobre el grado de internacionalización de las empresas agroalimentarias

### Evaluación del grado de internacionalización de la empresa agroalimentaria

- *Definición de parámetros para el análisis y el estudio de la situación y evolución.*
- *Análisis de la situación competitiva y el potencial exportador de sectores y empresas.*

» Durante 2013 se publicó la Balanza Agroalimentaria 2012 por parte de la Secretaría de Estado de Comercio del MINECO. Este informe, que aporta datos sobre las importaciones y exportaciones separando los diferentes sectores agroalimentarios, se publica año a año y es un documento de referencia para muchas publicaciones. Adicionalmente, incluye un análisis de los datos presentados, de forma que es un gran indicador de la evolución de los sectores en las últimas campañas.

### Realización de estudios y trabajos

- *Soluciones a los problemas tecnológicos que dificultan la exportación (centros tecnológicos agroalimentarios).*
- *Evaluación del impacto de las importaciones de alimentos.*

### Reconocimiento de la labor de las empresas

- *Premio a la internacionalización.*

» En 2013, en el marco de la Cumbre Internacional de Gastronomía Madrid Fusión, se realizó la primera entrega del Premio “Exportando España”, entregado de manera conjunta por la Denominación de Origen Rioja e ICEX. El galardón recientemente creado desea reconocer el trabajo a las personas que están contribuyendo a la internacionalización de la gastronomía y de los productos españoles. En enero de 2013, 14 chefs españoles fueron galardonados.

» En 2013 ha tenido lugar la XXVI edición de los Premios “Alimentos de España”, que se convocan anualmente por parte del MAGRAMA en reconocimiento a los profesionales o entidades que colaboran en impulsar este sector de la economía nacional. En su apartado “**Premio Alimentos de España a la Internacionalización Alimentaria**” ha sido galardonada la empresa Borges Mediterranean Group, S.L.U. Este premio está dirigido a reconocer el esfuerzo de la empresa alimentaria para acceder, desarrollar y consolidar su posición en el mercado internacional, valorándose especialmente la evolución y dinamismo de sus exportaciones e inversiones exteriores y su contribución a mejorar la imagen de nuestros alimentos en el exterior.

## 2.4 Mejorar el conocimiento sobre los mercados exteriores

### Identificación de mercados objetivo

- *Análisis específico de competitividad para cada binomio producto-país.*
- *Análisis de los estudios publicados sobre tendencias de consumo para los productos de interés y sus posibles sustitutos.*

### Adaptación de los productos a la demanda de cada mercado

- *Adaptación de los laboratorios a las exigencias de controles de calidad y parámetros exigidos por las legislaciones de los países destinatarios.*
- *Programa de Becas de Control de Calidad.*
- *Apoyo a las plataformas de innovación y transferencia tecnológica.*
- *Adaptación a los aspectos comerciales y de e-marketing como calidades ingredientes, envases embalajes, etiquetas...*

## Información económica y comercial

- *Elaboración, para los países objetivo, de informes específicos de mercado por tipo de producto, acopio de estadísticas y datos de interés.*

En 2013 se han realizado numerosas actividades tendientes a mejorar el conocimiento sobre los mercados exteriores.

- » ICEX, durante 2013, ha realizado numerosos servicios personalizados para las empresas que lo han solicitado; adicionalmente, ha elaborado nuevas fichas mercado, de modo que ha incidido en el objetivo de analizar la competitividad en los binomios producto-país.
- » Las OFECOMES han actualizado y realizado nuevos estudios de mercado puestos a disposición de las empresas en los que, con frecuencia, se hace referencia a las tendencias locales en consumo y posibles productos sustitutivos. La amplitud de este tipo de actividades impide una descripción detallada; así, sólo en 2013 se han creado 177 nuevos documentos por parte de las OFECOMES sólo en el ámbito de agroalimentarios, incluyendo estadísticas de comercio exterior (por ejemplo: “Análisis de la evolución de las importaciones alemanas de productos agroalimentarios españoles. 2003-2012” elaborado por la Oficina en Dusseldorf), 32 nuevos estudios de mercado (entre ellos: “El mercado del Jamón y el Embutido Curado en México” o “El mercado de los Productos Agroalimentarios en Kuwait”), 29 fichas informativas y fichas sector, notas sectoriales, sobre legislación... También las Consejerías de Agricultura en el exterior informan a las empresas sobre estudios y perspectivas de los mercados o novedades legislativas.
- » FIAB elabora anualmente un informe económico con el objetivo de conocer las cifras básicas y comportamiento del sector en el ejercicio anterior, y aportar proyecciones y expectativas de la industria y sus sectores de cara al futuro.
- » Con el fin de facilitar a las empresas una herramienta de apoyo en la definición de su estrategia de internacionalización, FIAB elaboró varios estudios, como el Informe de Exportaciones de la Industria de Alimentación y Bebidas, o la elaboración a solicitud del IESE del Vademécum Selling Across Continents, a través de la recopilación y tratamiento de los datos de exportaciones agroalimentarias a todo el mundo.
- » El programa de Becas de Especialización en Control Analítico de Productos Objeto de Comercio Exterior concedidas por el MINECO tiene por objeto formar especialistas en el análisis de laboratorio de los productos objeto de comercio exterior, de acuerdo con la naturaleza de los productos y de los mercados de destino y origen. En noviembre de 2013 se convocaron 17 becas para que los beneficiarios de éstas realizaran su actividad en los laboratorios de las Direcciones Territoriales y Provinciales de Comercio de la Secretaría de Estado de Comercio (red de laboratorios SOIVRE).
- » En las inspecciones realizadas por los inspectores de calidad comercial SOIVRE del MINECO, durante 2013 se han realizado numerosas intervenciones relacionadas con el etiquetado de los productos para que sean conformes a la normativa comunitaria y para el asesoramiento de las empresas en el etiquetado correcto en mercado de destino de las exportaciones españolas.
- » En cuanto a la “Adaptación de los laboratorios a las exigencias de controles de calidad y parámetros exigidos por las legislaciones de los países destinatarios”, la Dirección General de Comercio e Inversiones mantiene iniciativas de colaboración con determinados servicios de control de países destinatarios de nuestras exportaciones. Todas ellas han sido motivadas por problemas que han encontrado nuestras producciones en destino. El operador acude de manera voluntaria a los distintos Centros de Asistencia Técnica e Inspección de Comercio Exterior (CATICES) a pedir la certificación, que se extiende de manera gratuita. Como ejemplo de algunas de las certifi-

caciones para las que existen acuerdos y que se han realizado durante 2013, se pueden citar en este informe anual: Certificación de contenido en histaminas de semiconserva de anchoas destinadas a Canadá, realizado tras el control analítico correspondiente, Certificación del cumplimiento de la legislación estadounidense de residuos de plaguicidas en los envíos de clementinas, en base a un Convenio suscrito con la Food and Drug Administration (FDA) de los EEUU de forma conjunta con la Secretaría General de Agricultura y Alimentación del MAGRAMA, emisión de Certificados de sin tratamiento post-cosecha para cítricos que se enmarca en un convenio de colaboración suscrito con Francia. También ha resultado relevante durante 2013 la comprobación del cumplimiento de la legislación de EEUU de residuos de plaguicidas en los envíos de tomates y pimientos destinados a EEUU, como apoyo al Servicio de Sanidad Vegetal del MAGRAMA.

- » En 2013, con el fin de facilitar las exportaciones españolas de aceite de oliva a Brasil, se ha negociado con las autoridades brasileñas el reconocimiento de los controles que los Servicios de Inspección SOIVRE llevan a cabo en origen sobre el aceite de oliva, así como el reconocimiento de los ensayos realizados por algunos de los laboratorios de la red territorial. Tras el acuerdo, las exportaciones españolas deberán ir acompañadas del Certificado de Conformidad, así como del boletín de análisis correspondiente, expedido por uno de los laboratorios reconocidos.

En la actualidad, los laboratorios de los Servicios de Inspección SOIVRE reconocidos por las autoridades brasileñas y que en 2013 han venido analizando rutinariamente aceites con destino Brasil son: el Laboratorio Central SOIVRE de Madrid y los laboratorios de los Servicios de Inspección SOIVRE de Barcelona, Bilbao, Castellón, Sevilla, Málaga y Vilamilla. Esta adaptación ha tenido lugar a raíz de la entrada en vigor en Brasil, en 2012, de la

norma I, de 30 de enero de 2012, del Ministerio Da Agricultura, Pecuaria e Abastecimento (MAPA), que establece de forma obligatoria el control del aceite de oliva a la entrada en Brasil. Dicha norma establece los parámetros de calidad que deben cumplir las diferentes categorías de aceite de oliva, y exige que estos parámetros sean analizados por laboratorios reconocidos por las autoridades brasileñas.

- » La Subdirección General de Análisis, Prospectiva y Coordinación del MAGRAMA ha realizado fichas de comercio exterior de 13 países terceros.

## EJE 3. APOYO A LA EXPORTACIÓN Y A LA IMPLANTACIÓN EN EL EXTERIOR

### 3.1 Potenciar y mejorar la coordinación en el ámbito de la promoción exterior

#### Desarrollo de las medidas existentes en el marco de las políticas de promoción de la UE

- *Revisión de la normativa de aplicación en el marco de la reforma de la PAC y PCP.*
- *Evaluación y análisis de los resultados alcanzados con la aplicación de la normativa en vigor.*
- *Impulso de actuaciones cofinanciadas a través de fondos de la UE.*

- » FIAB ha organizado múltiples acciones en el marco del Programa “European Quality Foods: Eating with your five senses” desarrollado por FIAB y MAGRAMA dentro del Reglamento Europeo para la Promoción de Terceros Países.

- » En el marco del Programa de Información y Promoción de los Productos Agrícolas en el Mercado Interior y en Terceros Países (Reglamento 3/2008), se han aprobado en el año 2013 los siguientes programas:

- “Programa de Información y Promoción de las IGP/DOP en Francia, Italia y Alemania a Través del Ejemplo de 9 Frutas y Hortalizas”. 2014-2017. Países participantes: Francia, España e Italia. Presupuesto total: 5.190.000 euros. Presupuesto España: 600.000 euros. Proponente: Consejo regulador de la Denominación de Origen Protegida “Kaki Ribera del Xúquer”.
- “European Garnacha/Grenache Quality Wines: USA y Canadá”. 2014-2017. Presupuesto: 2.250.658 euros. Proponente: CRDO Cariñena, CRDO Calatayud, CRDO Campo de Borja, CRDO Somontano, CRDO Terra Alta.
- “Programa de Promoción del Aceite de Oliva en Países Terceros: India e Indonesia”. 2013-2016. Presupuesto: 4.947.213 euros. Proponente: Interprofesional del Aceite de Oliva.
- “Programa de Promoción de la Aceituna de Mesa en el Mercado Interior: España, Francia y Reino Unido”. 2013-2016. Presupuesto: 5.170.386 euros. Proponente: Interaceituna.

### Coordinación de actuaciones

- *Consolidar el papel de ICEX en la promoción de los productos agroalimentarios españoles en el exterior.*
  - *Revisar e incrementar el ámbito de cooperación en el seno de la AGE.*
  - *Potenciar la colaboración sinérgica para el desarrollo de actuaciones promocionales entre las administraciones, asociaciones, empresas y los organismos públicos.*
- » En 2013 se ha procedido a la puesta en marcha del “Programa de Emprendimiento Universitario”, iniciativa conjunta impulsada desde el Ministerio de Industria, Energía y Turismo (MINETUR), en concreto desde la Dirección General de Industria y de la PYME (DGIPYME), y que cuenta con el respaldo del Ministerio de Educación, Cultura y Deportes, para fomentar el espíritu emprendedor de los alumnos universitarios, sensibilizando

y estimulando la creación de nuevas empresas en la universidad. Es una iniciativa nueva de la DGIPYME para el año 2013 ejecutada por la Escuela de Organización Industrial, financiada por la DGIPYME y con cofinanciación del Fondo Social Europeo (FSE). La financiación del programa corre a cargo de la DGIPYME con un importe de 1.000.000 euros. Esta actividad se enmarca en la línea de acción “Impulso de actuaciones cofinanciadas a través de fondos de la UE”.

Derivada de la Ley 14/2013, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización, MINETUR, mediante la firma de convenios con entidades públicas y privadas, colegios profesionales, organizaciones empresariales o cámaras de comercio, establece los Puntos de Atención al Emprendedor (PAE), que se encargan de facilitar la creación de nuevas empresas, a través de la prestación de servicios de información, tramitación de documentación, asesoramiento, formación y apoyo a la financiación empresarial. El Ministerio tiene firmados más de 200 convenios con distintos organismos públicos y privados, lo que supone una red compuesta por más de 1.000 oficinas.

- » Programas de ayudas a los Programas de Agrupaciones Empresariales Innovadoras (AEIs) en el marco de las políticas internacionales de apoyo a los clúster, dentro de la estrategia de promoción de la competitividad de las pequeñas y medianas empresas y de la innovación.
- » También la Secretaría de Estado de Turismo ha puesto en marcha en 2013 dos líneas de ayudas:
  - **Emprendetur I+D+i.** Las actuaciones relacionadas en esta orden tienen como finalidad contribuir a la consecución de los objetivos del Plan Nacional e Integral de Turismo 2012-2015. En este sentido, constituyen objetivos principales facilitar a las empresas el acceso a desarrollos innovadores para

la mejora de sus productos turísticos con el fin de la internacionalización de los mismos.

- **Emprendetur Jóvenes Emprendedores.** Las actuaciones relacionadas en esta orden tienen como finalidad contribuir a la consecución de los objetivos del Plan Nacional e Integral de Turismo 2012-2015.
- » Las Consejerías de Agricultura en el exterior han estado colaborando en 2013 con las Oficinas Comerciales en el apoyo a la promoción. En este caso, cabe destacar el apoyo a los programas de promoción españoles en el marco del Reglamento del Consejo 3/2008 de información y promoción de productos agrícolas.
- » Por otro lado, la Consejería de Agricultura en China ha procedido a la preparación de presentaciones de las fortalezas de los sectores españoles hortofrutícola y oleícola para su difusión por parte de la misma Consejería de Agricultura en China.

## 3.2 Definición de estrategias de actuación

### Impulso de la “Marca España”

- *Incorporación de las empresas y productos agroalimentarios a las acciones que se desarrollen en el marco del plan de acción exterior.*
- *Potenciar la colaboración Público-Privada.*

### Fomento de la imagen y calidad de los productos españoles

- *Desarrollo de campañas de promoción y marketing.*
- *Asociar nuestros alimentos emblemáticos a conceptos relacionados con la calidad, seguridad, salud y sostenibilidad (Dieta Mediterránea, DOP, ECO,...)*
- » FIAB y SOPEXA organizaron conjuntamente un cóctel franco-español en el marco de la feria FOO-

DEX Japan, un evento culinario con catas de productos y cena preparada por dos chefs afincados en Japón, uno de cada nacionalidad.

- » Con el fin de facilitar la identificación y promoción de las marcas españolas presentes en el mercado, potenciando el conocimiento de los productos españoles en India, FIAB elaboró un directorio de empresas españolas presentes en el mercado indio. También India fue el destino de la Misión de Directivos FIAB, una acción con un doble objetivo institucional y comercial.
- » Tras la Misión de Directivos FIAB a China en 2012, FIAB organizó una Misión Inversa de Compradores de 8 potentes cadenas de distribución de China y Hong Kong, incluyendo visitas a fábricas para conocer los modernos procesos productivos y altos estándares de calidad de la industria de alimentación y bebidas española.
- » Dentro del Spain Experience Programme de visitas de compradores de importantes cadenas de distribución que FIAB viene organizando desde hace años, se invitó a Hyundai (Corea del Sur), DeliDeli Oy (Finlandia), ACE Kitano (Japón) o Straub's (Missouri, EE.UU.).

Las Consejerías de Agricultura en el exterior del MAGRAMA realizan ponencias y otras actividades con el objeto de fomentar la imagen de los productos españoles.

### Turismo y gastronomía como vehículos de la promoción agroalimentaria

- *Aprovechar las sinergias existentes con el turismo, la cultura y la gastronomía para la promoción de nuestros alimentos de calidad.*

En estas líneas de acción, el MINETUR ha realizado numerosas acciones, entre ellas, las habituales promociones del turismo gastronómico fuera de nuestro país, a través de la red de Oficinas

Españolas de Turismo en el extranjero de la Secretaría de Estado de Turismo. Durante 2013 se ha elaborado, aunque finalmente la firma se ha realizado el 22 de enero de 2014, el acuerdo de colaboración entre MINETUR y MAGRAMA para impulsar el turismo gastronómico.

En este ámbito, se ha dado un impulso a las “Rutas del Vino” como turismo gastronómico, a través de la Secretaría de Estado de Turismo de MINETUR.

Este acuerdo tiene como objetivo la consolidación de la oferta vitivinícola española representada por la Asociación Española de Ciudades del Vino (ACEVIN) como producto turístico definido y diferenciado con presencia en el mercado internacional con una marca propia.

Otro integrante del GTISA que durante 2013 ha realizado acciones en la línea de turismo y gastronomía como vehículos de la promoción agroalimentaria ha sido TURESPAÑA, que considera que la gastronomía es un elemento transversal en la estrategia de promoción turística internacional.

Así, en 2013 se ha dado mayor peso en las campañas de publicidad internacional.

La nueva creatividad de la campaña de publicidad internacional contó con una línea específica dedicada a la gastronomía y hostelería, y para su desarrollo se contó con la participación de importantes chefs españoles de prestigio internacional.

La Secretaría de Estado de Turismo ha apoyado a los clubes de producto gastronómico y enológico en dos sentidos:

**(1)** El desarrollo de producto: necesario para la articulación de un producto turístico comercializable (a través de la SETUR – SG Desarrollo y Sostenibilidad).

**(2)** La promoción internacional de los clubes (a través de TURESPAÑA, con campañas de publici-

dad y las acciones de la red de Consejerías Españolas de Turismo en el exterior).

Adicionalmente, durante 2013 se han potenciado los clubes de producto:

**1.-RUTAS DEL VINO** (19 rutas del vino certificadas): el proyecto “Rutas del Vino de España”, que nació en el 2001, ha experimentado un incremento en los esfuerzos promocionales para mejorar la notoriedad internacional de este producto turístico.

**2.- RUTAS DEL JAMÓN IBÉRICO** (4 rutas): “Rutas del Jamón Ibérico: Implantación del Club” ha sido planteado por un determinado número de grupos de desarrollo local de Andalucía, Castilla y León y Extremadura, con el apoyo de la Administración central, como herramienta de mutua colaboración que les permita trabajar, de manera conjunta y ordenada, una estrategia común a la hora de impulsar el turismo relacionado con el jamón ibérico y su cultura.

Cuenta con 4 rutas: Ruta del Jabugo, Ruta de Montánchez, Ruta de los Pedroches y Ruta de la Sierra de Badajoz.

**3.- SABOREA ESPAÑA** (23 destinos gastronómicos): compuesta por cuatro entidades de ámbito nacional: la Federación Española de Hostelería (FEHR), en colaboración con sus 75 asociaciones de empresarios de hostelería de toda España; la Organización Europea de Cocineros (EUROTOQUES); la Asociación de Cocineros y Reposteros de España (FACYRE) y la Asociación Española de Destinos para el Desarrollo del Turismo Gastronómico (AEDDTG).

Nació con el objetivo de potenciar el papel de la gastronomía como atractivo turístico y la colaboración público-privada, transformando los productos gastronómicos en experiencias turísticas únicas y especializadas.



Con el objetivo de realizar acciones en la línea de turismo y gastronomía como vehículos de la promoción agroalimentaria, TURESPAÑA ha incluido un canal temático específico dedicado a la gastronomía y al vino en su página web (www.spain.info). A finales de 2013 se realizó, en colaboración con Saborea España, la campaña “A Qué Sabe España”. Se trata de una campaña publicitaria para promocionar la marca Saborea España a través de los canales online a nivel nacional e internacional, tanto a través de Redes Sociales (Facebook, Twitter y Youtube) como a través de la web www.spain.info. Incluye vídeos y fotografías donde cocineros de reconocimiento internacional, bloggers y personajes anónimos describirán a qué sabe España e invitarán a descubrir España a través de la gastronomía.

Por otro lado, se han realizado acciones de las Consejerías Españolas de Turismo en el exterior, en 2013:

- **821 acciones** de promoción y apoyo a la promoción del producto turístico gastronómico.
- En **44 mercados** internacionales.
- Para lo que se han invertido **más de 1,5 millones de euros**.
- Han participado **3.400 periodistas, 58.200 agentes** de viajes y turoperadores y se estima el impacto de las acciones en **38,5 millones de consumidores finales** alcanzados.

Entre las acciones figuran: viajes de familiarización para agentes de viajes y turoperadores internacionales, viajes de prensa para profesionales extranjeros, jornadas de presentación en los mercados de emisores, acciones de marketing online dirigidas a profesionales y público final; jornadas de formación para agentes, colaboración en publicaciones específicas y envíos de newsletters. Otras acciones de apoyo llevadas a cabo:

**(1) Real Academia Española de Gastronomía:** firmado por la Secretaría de Estado de Turismo y el Presidente de la RAG el 16 de septiembre de 2013 para el desarrollo de acciones de promoción del producto turístico gastronómico.

**(2) Apoyo a grandes eventos de marcada proyección internacional** como San Sebastián GastronomiKa o Madrid Fusión.

- San Sebastián GastronomiKa (XV edición): evento que reunió en esa ciudad al sector gastronómico internacional, prestando atención a los nuevos fenómenos culinarios de España y el mundo.
- Madrid Fusión: en 2013, TURESPAÑA participó gestionando la presencia de periodistas especializados.

**(3) Capital española de la gastronomía.** En 2013 fue seleccionada Burgos.

La estrategia de internacionalización fundamentada en el trinomio Alimentación + Gastronomía + Turismo (AGT), está basada en el documento redactado y consensuado previamente por algunos de los organismos privados implicados -FIAB, la Federación Española de Hostelería (FEHR) y la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT)-, y presentado posteriormente al MAGRAMA. En esta línea se ha realizado una encuesta a los turistas que visitan nuestro país, con el fin de poder orientar de forma eficiente la estrategia AGT. Los resultados fueron la base para la confección de un catálogo-guía de algunas ciudades españolas así como una aplicación móvil (APP) que los turistas pudieran descargarse y en la cual tuvieran de una forma intuitiva toda la información sobre alimentación, gastronomía y turismo. En 2014 ya se ha editado la Guía de Barcelona.

#### **Elaboración de estrategias sectoriales**

- *Planes país y producto. Identificación, en colaboración con los sectores, de los principales productos y países de interés y establecimiento de prioridades*

» Entre las ayudas a Planes Marco para las Organizaciones Interprofesionales Agroalimentarias (OIA) que concede el MAGRAMA, en octubre de 2013 se realizaron una serie de intercambios técnicos en Baviera (Alemania) dentro del “Plan de prospección para la internacionalización del sector vacuno nacional de calidad diferenciada como producto Premium”, con el objetivo de conocer en profundidad la producción, transformación, comercialización y promoción de este tipo de alimentos en esta región europea y, por ello, mejorar la competitividad en cuanto a la comercialización enfocada a un mercado internacional y el establecimiento de posteriores relaciones comerciales entre los agentes implicados.

#### Potenciación de nuevos canales de distribución

- *Apoyo a la acreditación de empresas para aprovechar nichos de mercado (kosher, halal).*
- » A partir de 2013 las empresas españolas han podido exportar sus alimentos y bebidas con un **certificado kosher** (apto para judíos), gracias a un convenio auspiciado desde la Secretaría de Estado de Comercio, cuyo fin es incentivar el comercio y abrir camino especialmente en EEUU. El acuerdo fue suscrito por la Federación de Comunidades Judías de España (FECJ) y la Orthodox Union (OU) -la mayor empresa certificadora mundial de productos kosher. Tras la firma del convenio, ICEX organizó un seminario para informar al sector interesado de las ventajas de alimentos y bebidas que obtengan esta acreditación. El distintivo OU sirve a las empresas españolas para entrar en mercados donde hay mayor consumo de productos kosher, como EEUU, Francia, Canadá o Israel, y sobre todo está pensado para impulsar las exportaciones al mercado estadounidense, que representa el 40% del consumo mundial de este tipo de alimentos.
- » En cuanto a los **productos halal**, en noviembre de 2013 se produjo la primera reunión del Comité Técnico de Normalización AEN/CTN 308 “halal”.

Esta reunión fue convocada por AENOR y asistieron diversas comunidades islámicas y autoridades religiosas, el Instituto Halal, empresas de la cadena de alimentación, asociaciones sectoriales como FIAB o la Asociación Nacional de Industrias de la Carne de España (ANICE), y representantes de la Administración como el MINECO, MAGRAMA, la extinta Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN, actualmente AECOSAN), el Instituto Nacional de Consumo, o la Generalitat de Cataluña, entre otras.

Su finalidad es la constitución de un nuevo Comité Técnico de Normalización (denominado CTN 308) que pueda contribuir, por un lado, al desarrollo de una norma europea en el ámbito de la alimentación Halal y, por otro, al desarrollo de una norma española para aquellos ámbitos no contemplados en la citada norma europea.

El campo de actividad de este Comité es la normalización de los aspectos Halal de la cadena alimentaria, desde la producción primaria hasta el consumidor final. ANICE y MINECO se han postulado en estas reuniones a favor de que se mantenga la mención expresa al comercio exterior como un punto propio en la norma, por la importancia que tiene si se quiere avanzar en una norma Halal que pueda tener su proyección como norma de referencia no solo para el consumidor nacional, sino también en mercados exteriores donde poder comercializar los productos españoles Halal.

### 3.3 Mejorar la disponibilidad de recursos económicos para la inversión y los riesgos financieros

#### Potenciar las posibilidades de apoyo financiero oficial a la internacionalización

- *Desarrollo y difusión de los instrumentos financieros de apoyo a la internacionalización.*
- *Desarrollo de una guía de organismos de apoyo a la inversión.*

- » En el desarrollo de instrumentos financieros de apoyo a la exportación es destacable que, a principios de 2013, se ha iniciado el programa “Pyme Invierte” de ICEX y COFIDES. Con este nuevo programa las empresas pueden recibir asesoramiento sobre la viabilidad de la implantación, financiación de entre 75.000 y un millón de euros (hasta el 50% de las necesidades de financiación a corto plazo del proyecto), y financiación de los gastos asociados a la implantación comercial de la empresa. Se trata de un programa que también da acceso preferente al programa de Servicios Personalizados de ICEX. Es, por lo tanto, una nueva línea de asesoramiento y apoyo integral para la implantación comercial en el exterior de las empresas españolas.
- » COFIDES ha puesto en marcha la línea FINCHEF, para financiar la apertura de establecimientos vinculados al sector gastronómico en el exterior. Se financian hasta 5 millones de euros.
- » En enero de 2013 se ha procedido a actualizar la “Guía de Servicios para la Internacionalización” que recoge la amplia gama de instrumentos que proporciona la Secretaría de Estado de Comercio del Ministerio de Economía y Competitividad a las empresas españolas, para impulsar su expansión en los mercados exteriores y apoyarlas en todas las fases de su proceso de internacionalización, y comprende las más de 100 oficinas económicas y comerciales en el mundo, la labor de ICEX, de COFIDES, Expansión Exterior y CESCE.
- » A través del Boletín electrónico de la Secretaría de Estado de Comercio, que puede visitarse en el siguiente enlace: <http://boletin-secex.comercio.mineco.es/es-ES/Paginas/default.aspx>, se publica información mensual sobre “Acciones de apoyo a la internacionalización” con información puntual sobre actividades realizadas, entre otras instituciones, por COFIDES y CESCE con el fin de dar difusión a los instrumentos financieros que apoyan las exportaciones españolas.
- » Por parte del MINETUR, en el 2013, a través de los programas de reindustrialización y fomento de la competitividad industrial, la Orden IET/611/2013, de 11 de abril, promueve el apoyo a los planes de inversión empresarial para, entre otras cuestiones, acceder e incrementar su presencia en los mercados internacionales.
- » Para PYMES - Programas de ayudas y líneas de promoción al emprendedor mediante créditos participativos a través de la Empresa Nacional de Innovación, ENISA (DG Industria y de la PYME).
- » Apoyo de reafianzamiento a las sociedades de garantía recíproca que avalan los préstamos a las PYMES a través de la Compañía Española de Reafianzamiento (CERSA).
- » La Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y Para la Sociedad de la Información ha establecido una línea de préstamos participativos para prestar apoyo a las empresas en ayudas a los emprendedores y PYMES, en proyectos I+D+i e internacionalización en proyectos TICs.
- » También en el MINETUR se ha procedido al desarrollo de la figura de inversor informal o Business Angels en España. Este programa consta de dos líneas, una de creación de nuevas redes y otra de apoyo a las redes ya existentes. Las actividades subvencionables son las relacionadas con la creación de estructuras de las nuevas redes, así como las de prestación de servicios de información, difusión, intermediación, análisis de proyectos, etc., que resulten precisos para favorecer la aportación de recursos financieros a proyectos empresariales innovadores.
- » En 2013, el MAGRAMA ha estado desarrollando el Anteproyecto de Ley sobre cobertura por cuenta del Estado de los riesgos de la internacionalización de la economía española, por la que se crea la Comisión de Riesgos por Cuenta del Estado,

en cuya composición se incluye un representante del MAGRAMA. Esta Comisión sustituye al antiguo Comité de Riesgos del Estado y tiene entre sus funciones el control y seguimiento de la gestión que realice el Agente Gestor (actualmente CESCE) en las operaciones de internacionalización cuyos riesgos asuma por cuenta del Estado.

- » ICEX, en cooperación con las OFECOMES, realiza y actualiza las “Guías de organismos de apoyo a la inversión” por países. De este modo da difusión a los instrumentos financieros de apoyo a la internacionalización. En fechas recientes se han realizado las Guías de organismos de apoyo a la inversión de Francia y de Marruecos, por poner dos ejemplos.

#### **Potenciar la utilización del seguro de crédito a la exportación**

- *Mejora del conocimiento del CESCE y sus instrumentos de seguro de crédito.*
- *Potenciar servicios de verificación de la calidad en destino y defensa de reclamaciones comerciales.*

- » Para potenciar la utilidad de CESCE y su conocimiento por parte de las empresas, en marzo de 2013 **ICEX y CESCE** firmaron un **convenio de colaboración** con el fin de impulsar los instrumentos para la **prevención y gestión de riesgos en los mercados internacionales**, especialmente dirigido a PYMES que inician su andadura en el exterior. El convenio pretende beneficiar a las empresas de todas las Comunidades Autónomas y evitar así la multiplicidad de acuerdos de seguro de crédito con cada región, por lo que se da un paso más en la colaboración institucional a la hora de apoyar la internacionalización de las empresas españolas. Gracias a este nuevo convenio entre ambas instituciones, CESCE ha puesto al servicio de las empresas el producto “Un millón”, un seguro de crédito dirigido a PYMES que inician su actividad exportadora y cuyo volumen de ventas

máximo previsto sea de un millón de euros. Las empresas obtienen así cobertura para operaciones de exportación de importes pequeños para los que el mercado no tiene herramientas específicas y con unas primas de riesgo comerciales especialmente ventajosas. ICEX, por su parte, facilita la utilización del nuevo instrumento de prevención y gestión de riesgos en el exterior, a través de todas sus actividades de formación, asesoramiento y promoción de las exportaciones.

- » Durante 2013, CESCE ha experimentado un crecimiento positivo, lo que indica que las empresas españolas se apoyaron en CESCE para sus exportaciones. El seguro emitido por cuenta propia se redujo un 7,4%, desde 30.060 millones a 27.830 millones de euros, mientras que los ingresos por primas adquiridas aumentaron en un 2,6%. Por otra parte, la contratación de seguro por cuenta del Estado ha supuesto en 2013 la cifra de 7.250 millones de euros. Los principales destinos de las operaciones fueron Angola, Brasil y Arabia Saudí.

#### **Mejorar el marco de las inversiones**

- *Fomentar la firma de Acuerdos de Protección de Inversiones y Convenios de Doble Imposición con países de destino.*

- » Entre los Convenios de Doble Imposición (en adelante, CDI) se puede citar que el 14 de febrero de 2013 tuvo lugar en la residencia de la Embajadora de España en Chipre el acto oficial de firma del **Convenio hispano-chipriota** para evitar la doble imposición. El Convenio sigue el modelo de la OCDE. Se proporciona así un marco de seguridad jurídica y fiscal que favorecerá los intercambios económicos bilaterales y facilitará la cooperación entre las autoridades fiscales de ambos países. Otro Convenio, firmado el 11 de marzo de 2013 entre **España y Argentina**, sustituye al anterior CDI que databa de 1994.

## Servicios financieros

- *Potenciar el conocimiento por parte de las empresas del medio propio España Expansión Exterior.*
- » Durante 2013, Expansión Exterior ha ofrecido su habitual apoyo a las empresas españolas en sus procesos de desarrollo internacional. Esta sociedad, participada por el ICEX y la Sociedad Estatal de Participaciones Industriales (SEPI), centra sus servicios prestados en Operaciones de Agencia Comercial.

## Otras medidas de apoyo a la internacionalización

- *Estudio de medidas de apoyo específico por parte de las administraciones.*
- » En 2013 se publicó el Real Decreto 548/2013, de 19 de julio, para la aplicación de las medidas del programa de apoyo 2014-2018 al sector vitivinícola español, por parte del MAGRAMA, como continuación al primer programa de apoyo 2009-2013 que concluía ese mismo año. Como se indica en el propio texto: “En este nuevo periodo de programación se debe dar prioridad a los programas presentados por nuevos beneficiarios que no hayan recibido apoyo anteriormente, y a **los beneficiarios que, habiendo recibido ayuda anteriormente, se dirigen a un nuevo tercer país**”. Por ello, en la medida de “inversiones” del Real Decreto se ha previsto que se evalúen los proyectos conforme a unos criterios de valoración determinados y sobre el total de puntos obtenido se aplica un índice corrector de 1,2 en aquellos proyectos que tienen por objetivo la comercialización internacional, lo cual viene reflejado en los Criterios de valoración, del Anexo XVII del Real Decreto.

## 3.4 Apoyo a la presencia y adjudicación de licitaciones internacionales

### Apoyo técnico e institucional a las empresas que participan en licitaciones en el exterior

Desde las diferentes OFECOMES situadas en países de todo el mundo, se potencia el apoyo a las empresas españolas que participan en las licitaciones de ese país. Así por ejemplo, la OFECOME situada en Túnez ha apoyado durante 2013 los intereses españoles en la licitación convocada por El Louhoum para la exportación a Túnez de corderos vivos para el Aïd al Adha, una gran festividad en los países musulmanes.

## 3.5 Incrementar la base exportadora y la capacidad de exportación de las empresas

### Incremento de la dimensión empresarial

- *Fortalecimiento asociativo.*
- *Apoyo a la integración, constitución de consorcios, etc.*

En esta línea de acción se ha aprobado la Ley 13/2013, de 2 de agosto, Ley de Fomento de la Integración Cooperativa y de otras entidades asociativas de carácter Agroalimentario.

Según esta ley, este tipo de entidades tendrán prioridad en la obtención de ayudas y beneficios en materia de inversiones destinadas a mejorar los procedimientos de gestión y comercialización, en el acceso a actividades formativas y de cooperación, en materia de internacionalización, promoción, I+D+i, y nuevas tecnologías, y en el acceso a las líneas ICO de financiación preferente, entre otras.

### Mejora del conocimiento por parte de las empresas

- *Información periódica sobre negociaciones comerciales con terceros países y oportunidades que brindan a las empresas.*

En esta línea de acción, el MINECO realiza con periodicidad la “Comisión Consultiva de Negociaciones Comerciales” para informar a las asociaciones reconocidas sobre el estado de las negociaciones en curso y recabar sus preocupaciones e intereses.

## Apoyo a empresas

- *Potenciación de los servicios prestados por ICEX.*
- *Defensa de los intereses de las empresas españolas a través de las Embajadas, Red de Oficinas Económicas y Comerciales y Oficinas de Agricultura.*
- *Convenio FIAB-MAGRAMA para apoyar la Internacionalización de la Industria de Alimentación y Bebidas (IAB).*

Durante 2013 las actividades de los distintos organismos del GTISA orientada a apoyar a las empresas han sido muy numerosas. Entre ellas:

- » Colaboración entre el Ministerio de Asuntos Exteriores, el Instituto Cervantes, TURESPAÑA, ICEX y sectores en varios programas de promoción en mercados objetivo.
- » Por otro lado, se han marcado nuevas líneas estratégicas de ICEX: ampliación de la base exportadora, diversificación de mercados, aumento del componente tecnológico, reforzamiento de las intangibles...
- » Se han garantizado presupuestariamente desde ICEX aquellas actividades en mercados que suponen un apoyo directo a las empresas españolas en su apertura y consolidación de mercados.
- » Se han realizado 12 ferias de pabellón oficial para el Sector Agroalimentario, entre ellas FODEX en Tokio, en marzo de 2013, o ISM en Colonia en enero de 2013.
- » Además, FIAB ha organizado 12 pabellones de participación agrupada en ferias agroalimentarias, como la PLMA en Amsterdam, en mayo de 2013.
- » Desde FIAB se han impulsado actividades de apoyo a la internacionalización, tales como promociones en punto de venta (Rusia, México, China y

Japón), misiones inversas de compradores, visitas de cadenas de distribución extranjeras dentro del Spain Experience Programme, varias Jornadas de Alimentación y Gastronomía, etc.

- » Durante 2013, también ICEX ha desarrollado el “Plan General de Vinos, Alimentos y Gastronomía” en más de 20 mercados.
- » Se ha producido el mantenimiento de los Planes Sectoriales, como el “Olives from Spain” en EEUU, y mantenimiento del Programa de Consorcios para la Exportación.
- » En 2013, ICEX ha mantenido su colaboración directa con Asociaciones y Consejos Reguladores.
- » ICEX también ha promovido acuerdos de apoyo a la financiación de exportaciones en el Instituto de Crédito Oficial (ICO), la Empresa Nacional de Innovación (ENISA) y el banco SABADELL.
- » Ha sido relevante la creación de nuevos programas de apoyo como ICEX Sourcing, ICEX Gran Distribución y Target USA.
- » ICEX e INVEST IN SPAIN han ofrecido servicios de identificación de potenciales socios estratégicos o financieros extranjeros interesados en contactar con empresas españolas del sector agroalimentario como bodegas o almazaras.
- » Por otro lado, se ha producido varios viajes del Secretario de Estado de Comercio (SEC) a diversos países para, entre otras muchas cuestiones, defender los intereses de las empresas españolas. Entre ellos se puede mencionar el viaje realizado entre el 29 de abril y el 3 de mayo de 2013 a EEUU, donde mantuvo reuniones con diferentes autoridades de EEUU con el foco puesto en el Tratado de Libre Comercio entre la Unión Europea y EEUU. También entre el 17 y 19 de junio, el SEC realizó un viaje a Colombia y Ecuador, donde se reunió con

su homólogo para tratar la inminente entrada en vigor del acuerdo comercial UE-Colombia. Además, se propició la realización de reuniones conjuntas de empresas españolas y ecuatorianas al amparo de las Cámaras Oficiales de Comercio Españolas, en los respectivos países. Es reseñable también el viaje realizado en septiembre (11-13 de septiembre de 2013) a la República Popular China, en el que el SEC se reunió con el Viceministro de Comercio chino y trató, entre otros asuntos, la necesidad de que se resolviera de manera satisfactoria para productores y exportadores españoles la investigación iniciada por el Gobierno Chino a los vinos europeos, y consiguió el compromiso de éste de que se buscaría una salida satisfactoria para los intereses españoles. El SEC también ha realizado viajes oficiales a otros países como Israel (13-16 de julio de 2013), o Singapur (diciembre de 2013).

» En cuanto a la defensa de los intereses de las empresas españolas a través de las Embajadas, Red de Oficinas Económicas y Comerciales y Oficinas de Agricultura, se han realizado numerosas acciones en 2013 tanto por propia iniciativa de la Administración como por solicitud del sector implicado. Algunos de los muchos ejemplos que se pueden citar:

- Oficina en Emiratos Árabes Unidos (Dubai): a lo largo del año 2013 la Oficina Comercial de Dubai ha realizado 37 acciones, principalmente comunicados (en colaboración con la Embajada), aunque también se han mantenido varias reuniones con diferentes autoridades locales en Emiratos Árabes Unidos (EAU) y Qatar para apoyar los intereses de las empresas españolas y para favorecer el comercio de los productos españoles. Es reseñable la actividad en torno a las reuniones mantenidas con el Ministerio de Economía de EAU para defender los derechos de las empresas españolas de aceite de oliva frente a la política de techos al precio venta al público de los productos básicos “price caps”.
- La OFECOME en Sudáfrica (Johannesburgo) facilitó, mediante intensos contactos y reuniones con

la industria local y con el Ministerio de Agricultura, Pesca y Bosques (DAFF) de Sudáfrica, la aprobación en 2013 del Certificado de Exportación de carne de cerdo a Sudáfrica. También ha realizado las gestiones con Industrias Alimentarias de Navarra para apoyar la implantación en Sudáfrica y en la búsqueda de socios locales que apoyen su proyecto de producción de espárragos a gran escala en Sudáfrica

## EJE 4. APERTURA DE MERCADOS

### 4.1 Eliminación de barreras arancelarias y no arancelarias

#### Identificación y defensa de los intereses españoles en las negociaciones comerciales

- *Participación en la política comercial comunitaria en el marco bilateral y multilateral.*

#### Eliminación de obstáculos sanitarios y fitosanitarios

- *Fomentar plataformas de formación e información dirigidas a empresas.*
- *Participación activa en el Comité de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias.*
- *Promover la adopción de acuerdos bilaterales sobre condiciones sanitarias y fitosanitarias y otros aspectos de interés que faciliten los intercambios.*
- *Coordinación y apoyo a las visitas de inspectores de países terceros.*
- *Análisis de las condiciones vigentes que regulan la importación de productos agrarios y alimentarios en los países definidos como objetivo.*

» El Comité de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias se reúne de manera habitual tres veces al año. Con objeto de coordinar la posición comercial de la UE, se realizan reuniones preparatorias previas en las que España participa de manera habitual transmitiendo sus prioridades comerciales. Durante el año 2013, la Unión Europea elevó en este

Comité dos nuevas preocupaciones comerciales, en relación a las condiciones establecidas por India para la importación de carne de porcino y sus derivados, y por Arabia Saudita para las importaciones de aves de corral. Se mantuvieron las inquietudes derivadas de la restricción a la importación de carne por motivos de encefalopatía espongiforme bovina (EEB) impuesta por China, las restricciones a las importaciones de porcino y sus derivados (Malasia), el cierre de puertos de Indonesia o la preocupación por el retraso en el proceso de autorización de establecimientos habilitados para la exportación (Brasil).

» Como resultado de las conversaciones mantenidas en el seno de este Comité, durante el pasado año 2013 se informó de la resolución de las siguientes restricciones a la importación mantenidas para productos de origen UE, con relevancia en el sector español: clementinas (Estados Unidos de América), queso (Canadá, Australia y Nueva Zelanda), vino (Brasil), carne de bovino sin deshuesar (Sudáfrica), productos sometidos a tratamiento térmico a causa de la influenza aviar (Egipto), carne de bovino debido a la EEB (Israel) y leche en polvo (Panamá).

» En cuanto a promover la adopción de acuerdos bilaterales sobre condiciones sanitarias y fitosanitarias se pueden enumerar las siguientes acciones desempeñadas por el MINECO:

- Exportaciones a Vietnam: tras la publicación de la Circular nº 13 de Vietnam, se consiguió el registro de España como país exportador a Vietnam, si bien, para conseguir dicho registro, hubo que garantizar a las autoridades sanitarias de dicho país que los productos exportados no contienen residuos de dos plaguicidas, autorizados en la UE. Se ha establecido un sistema de control en las exportaciones de aceite de oliva, sector importante en el comercio exterior a Vietnam, con el fin de obtener esta garantía exigida por las autoridades vietnamitas.

- Exportaciones a Taiwán: resolución en 2014 del problema suscitado a finales de 2013 sobre la restricción de importaciones de aceite de oliva y de semillas de uva en Taiwán ante la detección de clorofila cúprica por parte de las autoridades de Taiwán en estos aceites. Se dio soporte técnico a la OFECOMES y se realizaron gestiones ante la Comisión y el COI para impulsar el estudio de la generación de fuente natural de estas clorofilas en aceites de oliva y el desarrollo de un ejercicio intercomparativo. Así mismo, se ha puesto a punto en la red de laboratorios de las Direcciones Territoriales y Provinciales de Comercio la técnica analítica que permite el análisis de clorofila en aceites, y se ha puesto a disposición de los operadores interesados una certificación de ausencia de clorofilas en los aceites exportados desde España. Recientemente se ha establecido con Taiwán un compromiso para investigar y expedir un certificado sobre el origen de la clorofila ante la eventual aparición de clorofila cúprica en aceites de oliva, lo que evitaría posibles paralizaciones futuras de aceites de oliva importados en Taiwán por este motivo.
- Exportaciones a Brasil: revisión de la lista de laboratorios incluidos aceptados por las autoridades brasileñas en el marco del acuerdo bilateral que se mantiene con las mismas de aceptación de los controles oficiales de calidad comercial realizados por el Servicio SOIVRE de la SEC, a las exportaciones de aceite de oliva a Brasil como cumplimiento de la norma de aceites (la norma I, de 30 de enero de 2012 del Ministerio de Agricultura (MAPA)) que establece requisitos a la importación en Brasil de estos aceites.
- Exportaciones a Arabia Saudita: Revisión del programa de control de aceites de oliva y orujo de oliva para la exportación a Arabia Saudita, establecido desde 2001 tras el cierre de aquel mercado al aceite de oliva español en sus diferentes tipos y presentaciones, tras la aparición de benzopireno en aceites de orujo de oliva en el año 2001. Desde entonces las autoridades saudíes aceptan los



boletines de análisis y certificados SOIVRE correspondientes a los análisis efectuados por la red de laboratorios SOIVRE de las Direcciones Territoriales y provinciales de Comercio, como aval de que los envíos dirigidos a ese país tienen ausencia de benzopirenos. Pasados largos años sin incidencias, se cambia en 2013 la sistemática de organización de estos controles.

- » En cuanto a la línea de acción que propone promover la adopción de acuerdos bilaterales sobre condiciones sanitarias y fitosanitarias y otros aspectos de interés que faciliten los intercambios, se han realizado muchas acciones desde diferentes instancias de la AGE y con especial implicación de las OFECOMES de MINECO y Consejerías de Agricultura. Sirva como ejemplo la OFECOME en Johannesburgo que, en coordinación con MAGRAMA, facilitó, mediante intensos contactos y reuniones con la industria local y con el Ministerio de Agricultura, Pesca y Bosques (DAFF) de Sudáfrica, la aprobación en 2013 del certificado de exportación de carne de cerdo a Sudáfrica. Cabe señalar que las autoridades sudafricanas tenían la intención inicial de cerrar el mercado de la carne de cerdo a todos los países afectados por el Síndrome Respiratorio Reproductivo Porcino, entre los que España se encontraba. Después de más de 6 meses de negociaciones, se logró llegar a un acuerdo para la exportación de carne de cerdo a Sudáfrica en unos términos satisfactorios para la industria española.

### **Remoción de obstáculos técnicos**

- *Participación activa en reuniones del Comité de Obstáculos Técnicos.*
- *Firma de acuerdos de reconocimiento de control a las exportaciones con países terceros.*
- » En el seno de la Organización Mundial de Comercio (OMC), el Comité de Obstáculos Técnicos al Comercio se reúne regularmente tres veces al año para garantizar que la aplicación de las nor-

mas y reglamentos técnicos no obstaculicen el comercio internacional de manera innecesaria. España mantiene una participación activa en las reuniones de preparación que se realizan a nivel comunitario, con carácter previo a la celebración de cada Comité. Durante el año 2013, la Unión Europea planteó en este Comité su preocupación en relación a la modificación y/o implementación de reglamentos técnicos con relevancia en el sector agroalimentario y desde España en todo momento se han defendido los intereses de las empresas españolas en todas estas cuestiones: composición nutricional de los alimentos (Chile), registro de empresas de productos lácteos (China), etiquetado en origen de bebidas espirituosas (Ecuador y Rusia), contenido en azúcar, sal y grasa de alimentos procesados (Indonesia), control de productos Halal (Emiratos Árabes Unidos) y procedimientos de control a la importación de productos alimenticios (Estados Unidos y China).

### **Eliminación de barreras comerciales**

- *Participación activa en el Comité Consultivo de Acceso al Mercado (MAAC) de la UE.*
- *Identificación de barreras, y publicación en el portal de barreras de la SEC y desarrollo de actuaciones para su eliminación.*
- *Proyecto Línea abierta para eliminación de barreras.*
- » El sector agroalimentario ocupa un lugar destacado en los asuntos abordados en el MAAC, donde están presentes los Estados Miembros así como las asociaciones europeas representativas de los principales sectores empresariales. Trabajando conjuntamente, se trata de identificar los obstáculos que encuentran las empresas europeas en el acceso a los mercados de terceros países, así como de coordinar y seleccionar las acciones más eficaces, en todos los foros y a todos los niveles, para solucionar los problemas encontrados. Como complemento, el MAAC cuenta en el sector agro-

limentario con el trabajo de Grupos sectoriales como el de bebidas alcohólicas y los que abordan medidas sanitarias y fitosanitarias (SPS), tanto para productos de origen animal como vegetal.

España ha participado activamente en la defensa del sector exportador español en cada una de las 11 reuniones que el MAAC ha mantenido durante el año 2013. Durante este año, se han abordado una veintena de barreras que afectan al comercio exterior agroalimentario en diversos mercados (India, Rusia, Ucrania, Indonesia, Vietnam, Perú...). España ha apoyado las acciones de la Comisión y ha suscitado cinco cuestiones específicas. Podemos citar casos donde el trabajo desarrollado ha dado lugar a avances significativos como los relativos a: China- residuos de ftalatos en vinos; Chile – composición nutricional y publicidad de productos agroalimentarios; Malasia – licencias de importación de productos del porcino; Rusia- definición de bebidas alcohólicas; EEUU- posible desarrollo de una orden del comercialización (MO) en el sector del aceite de oliva – procedimientos de autorización de productos vegetales; Colombia - procesos de autorización para exportación de productos cárnicos.

» Otro instrumento que junto con el MAAC ayuda a desarrollar de manera eficaz la estrategia comunitaria de acceso al mercado es el mantenimiento de bases de datos que recogen los problemas encontrados por nuestros operadores en terceros mercados. A nivel Unión Europea, la Comisión gestiona la Market Access Data Base (MADB) con aportaciones de las reuniones mantenidas con los Estados Miembros y la industria en desarrollo de la Política Comercial Común. En España, como complemento, el portal de barreras comerciales de la SEC desarrolla su función como instrumento de apoyo a la internacionalización de nuestras empresas en una doble vertiente: recabando información y ayudando a identificar y tratar de eliminar los obstáculos al comercio encontrados: [www.barrerascomerciales.es](http://www.barrerascomerciales.es).

» Los obstáculos relacionados exclusivamente con el sector agroalimentario representaron en 2013 en torno a un 25% de las medidas restrictivas al comercio identificadas en el portal de barreras comerciales de la SEC, que cuenta con un total superior a 500 barreras. Las actualizaciones realizadas en el portal en 2013 se sitúan en cifras cercanas a ese 25 % mencionado. Se trata, fundamentalmente, de medidas sanitarias y fitosanitarias y diversos obstáculos técnicos derivados, en parte, de la no observancia de normas internacionales. Hay además otras barreras de tipo horizontal como la solicitud de licencias a la importación o dificultades en la tramitación aduanera, por citar algunas, que afectan también al sector.

» La actuaciones de la SEC han estado encaminadas a situar los obstáculos, fundamentalmente no arancelarios, que enfrenta el sector agroalimentario en las acciones prioritarias tanto bilaterales como de la Comisión. Así, se han situado los problemas encontrados en las listas prioritarias de barreras en los principales socios comunitarios que elabora la UE y en los informes de medidas proteccionistas que elabora la Comisión en los mercados clave (Rusia, China, EEUU, Brasil – Mercosur o India). De esta forma se defienden los obstáculos en: las Cumbres bilaterales, Órganos relevantes de la OMC y negociaciones de acuerdos de libre comercio (ALC). Además, se dirigen actuaciones concretas en los terceros mercados a través de las Oficinas Económicas y Comerciales de España en coordinación con las Delegaciones de la UE.

» Desde el MAGRAMA, en 2013 se han coordinado diversas visitas de inspectores para autorización de empresas y auditorías de los sistemas de control oficial sanitario, atendiéndose a las misiones de los siguientes países terceros:

PAÍS TERCERO	FECHA	MOTIVO
Federación Rusa	4/03/13-17/03/13	Inspección establecimientos porcino, bovino, y lácteos
China	16/05/13-22/05/13	Reautorización de establecimientos suspendidos temporalmente
Perú	20/05/13-31/05/13	Visita de sistema en sector porcino y lácteos
Hong Kong	03/06/13-07/06/13	Visita sistema en sector cárnico de porcino, aves y vacuno
Malasia	08/07/13-12/07/13	Visita de sistema en sector cárnico porcino
Federación Rusa	09/09/13-20/09/13	Inspección establecimientos porcino
Taiwán	23/09/13-05/10/13	Inspección establecimientos de carne de porcino
Corea	11/11/13-22/11/13	Inspección establecimientos de carnes y productos de porcino
Corea	16/12/13-17/12/13	Visita propiciada por la UE para conocer el sistema de producción del queso maduro de leche cruda

También durante 2013 se han recibido dos visitas de grupos de inspectores veterinarios del Ministerio croata en relación con la comercialización de los huevos y el bienestar de las gallinas ponedoras. Asimismo, en la parte vegetal se han recibido dos auditorías: una misión del Departamento de Agricultura de los EEUU (USDA) prevista en el acuerdo de exportación de cítricos firmado con Estados Unidos y otra de las autoridades chilenas para autorizar la exportación de esquejes de clave.

» Apertura de nuevos mercados y nuevos productos.

Con respecto a las barreras no arancelarias, en concreto las de índole sanitaria, se han negociado y alcanzado acuerdo con diferentes terceros países hasta un total de 78 certificados sanitarios que permiten la apertura al mercado de diferentes productos de origen animal una vez eliminadas o negociadas las trabas sanitarias para la exportación.

En la siguiente tabla se desglosan el número de certificados nuevos desarrollados durante 2013 por tipo de producto de origen animal.

PRODUCTO DE ORIGEN ANIMAL	Nº CERTIFICADOS
Carne y productos cárnicos de vacuno	5
Carne y productos cárnicos de porcino	7
Carne y productos cárnicos de ave	3
Carne y productos cárnicos de ovino y caprino	4
Productos lácteos	1
Productos de la pesca	3
Ovoproductos	1
Miel y productos de apicultura	2
Alimentos compuestos y preparados	4
Subproductos no destinados a consumo humano (SANDACH)	5
Alimentación animal	5
Animales de producción vivos	16
Material genético	6
Otros*	16
TOTAL	78

\* Otros tipos de carne (v.g. ciervo), aves ornamentales y animales exóticos, vacunas, etc.

Además, se han revisado un total de 43 certificados sanitarios, a requerimiento del tercer país o a petición del MAGRAMA con el fin de actualizar, flexibilizar o simplificar las condiciones sanitarias acordadas.

De cara a una futura apertura de mercado, se han elaborado 4 cuestionarios sectoriales con información sanitaria a petición del tercer país con el fin de iniciar el proceso de negociación.

Se han incluido nuevas empresas agroalimentarias en los listados de establecimientos autorizados para exportar en los siguientes terceros países:

PAISES TERCEROS	PRODUCTOS AUTORIZADOS
Argentina	Productos cárnicos porcinos
	Productos lácteos
	Productos cárnicos de ave
	Pescado
	Semen equino
	Semen bovino
Brasil	Productos lácteos
	Productos cárnicos de porcino
R. P. China	Carne y productos cárnicos de porcino
	Pescado
	Lácteos (en elaboración)
	Alimentación animal
Colombia	Productos cárnicos de porcino
Corea del Sur	Carne y productos cárnicos de porcino
Chile	Productos alimenticios de origen animal
Estados Unidos	Productos cárnicos de porcino
Japón	Productos de origen porcino para uso técnico
	Carne y productos cárnicos de porcino
Malasia	Carne y productos cárnicos de porcino
México	Productos cárnicos curados de porcino
Panamá	Productos lácteos
	Productos cárnicos de porcino
Perú	Productos cárnicos de porcino
	Productos lácteos
Singapur	Productos cárnicos de porcino
Sudáfrica	Carne cruda de porcino y ave
	Carne y productos cárnicos de bovino
	Proteína animal transformada (SANDACH)
Tailandia	Proteína animal transformada (SANDACH)
Vietnam	Carne cruda de porcino y ave
	Productos cárnicos
	Pescado

En la parte vegetal es de destacar la publicación por parte del USDA de la Orden Federal que dicta la norma base de importación en Estados Uni-

dos del aguacate y albaricoque. Actualmente, el MAGRAMA está trabajando en el plan de trabajo que recoja las condiciones prácticas de exportación de estos productos conforme a esa norma norteamericana.

Asimismo, es relevante la autorización de España por parte de las autoridades vietnamitas para exportar a partir del 1 de enero de 2014 productos vegetales frescos y elaborados tras la aceptación de un cuestionario de evaluación. Hasta la fecha se operaba de una forma temporal y excepcional para determinados productos.

» En cuanto a la apertura de nuevos mercados y nuevos productos en 2013 es pertinente citar la apertura del mercado de piensos en Rusia. A raíz de las restricciones aplicadas por las autoridades rusas en abril de 2013, se vieron paralizadas las exportaciones españolas a Rusia, en un sector que registraba un relevante tráfico comercial en aditivos y otros ingredientes para la formulación de piensos, así como en piensos ya elaborados en España, que se efectuaba a través de un listado de 57 establecimientos autorizados para exportar a ese mercado.

Para gestionar la rápida reapertura de este mercado y a fin de aportar las debidas garantías de cumplimiento de la normativa rusa y de la Unión Aduanera, se produjo la coordinación de diversas instancias de la AGE con las CCAA y aquellos establecimientos que anteriormente habían sido autorizados para la exportación por las autoridades rusas, fueron inspeccionados por las autoridades españolas. En base a esta supervisión oficial, se obtuvo la autorización de 43 establecimientos para la exportación desde el 26 de noviembre de 2013.

» Fomento de la innovación como herramienta para la apertura de nuevos mercados: el fomento de la innovación tiene una acción directa sobre la internacionalización de los sectores, en la medida

en que les permite obtener productos adaptados a los mercados internacionales estratégicos. Un buen ejemplo de esta política es el Plan de Fomento de la Innovación en la Producción Ganadera, materializado a través de la Orden PRE 917/2013. Una de las finalidades de los proyectos a financiar es, concretamente: “Incrementar el valor añadido de la producción, así como la diversidad comercial, para adaptar la oferta a la demanda y aumentar el consumo, incluyendo el desarrollo de nuevos modelos de negocio y organización conjunta”. Al amparo de este objetivo, en la convocatoria del año 2013 se han presentado proyectos cuya finalidad era la optimización de productos con destino a la exportación, a través de métodos de conservación eficaces que mantuvieran el valor añadido del producto frente a métodos tradicionales como la conservación.

- » De cara a la adopción de acuerdos que faciliten intercambios conviene citar la participación en el comité de estandarización de carnes de la ONU (nuevo estándar para la carne de conejo), y la participación en el comité de estandarización de la producción Halal (Comité de AENOR “AEN/CTN 308 Halal”).
- » El proyecto Línea Abierta, que nació casi a la par que el Mercado Único el año 1993, tiene como objetivo fundamental la identificación y resolución de los problemas que, pese a la realización del Mercado Único, obstaculizan la actividad de las empresas española. Este proyecto, fruto de la colaboración entre la Secretaría de Estado de Comercio, la CEOE e ICEX, acaba de concluir su decimosegunda fase, lo que demuestra el interés que el mismo ha tenido entre el sector exportador español.

## 4. 2 Defensa ante prácticas comerciales desleales

### Defensa de los intereses de las empresas ante prácticas comerciales desleales

- *Participación activa en los Comités de la UE sobre prácticas comerciales desleales.*

- *Actuaciones en el ámbito de la Directiva 93/84 para garantizar el mercado único en caso de identificación de prácticas desleales en el mercado comunitario.*

### Defensa de los intereses de las empresas ante la utilización injustificada de instrumentos de defensa comercial

- *Participación activa en los Comités de la UE sobre prácticas comerciales desleales.*
- » En esta línea de acción es relevante citar la actividad que se ha llevado para apoyar al Sector del Vino en el ámbito de las investigaciones antidumping y antisubvención que China había iniciado a finales de 2013 contra vinos de la UE. Estas actividades han tenido como resultado la retirada por parte de China de las investigaciones abiertas. Es destacable la estrecha colaboración que ha tenido lugar entre la Secretaría de Estado de Comercio y el MAGRAMA, que ha contribuido a la consecución del cierre de ambas investigaciones sin imposición alguna de medidas de defensa comercial. Ello permitirá que las exportaciones de vino español al país asiático puedan continuar sin verse penalizadas.
- » Ante las denuncias recibidas de posibles usos indebidos de términos protegidos por una Denominación de Origen Protegida o una Indicación Geográfica Protegida en la comercialización fuera de España de productos agroalimentarios, desde el MAGRAMA se remite la documentación a la Unidad competente en el país donde se haya detectado la irregularidad para que dichas autoridades realicen las actuaciones oportunas y adopten las medidas necesarias para proteger los derechos de propiedad intelectual.
- » Otro asunto en el que durante 2013 se acudió a la diplomacia comercial para ayudar a empresas españolas en sus exportaciones tuvo relación con el incremento del precio del aceite de oliva ese

año debido a la escasa cosecha obtenida. Las empresas exportadoras españolas acudieron a la administración para señalar dificultades para suministrar a ciertos países del Golfo: la legislación de varios países del Golfo no permite que un producto aumente su precio de venta al consumidor final por encima de un determinado porcentaje y, sin embargo, en 2013 el precio del aceite se elevó por diversos motivos. A través de la Red de Oficinas Económicas y Comerciales de los países del Golfo se mantuvieron varias reuniones con funcionarios de los correspondientes Ministerios de Comercio y Economía de los distintos países. Con las negociaciones se obtuvo un sistema de autorización caso por caso que tenía la finalidad de producir un desbloqueo en la situación.

### 4.3 Defensa de los derechos de propiedad intelectual

#### Participación activa en el Comité sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC) de la OMC

- *Inclusión de aspectos relacionados con la protección recíproca de derechos de propiedad intelectual como las DOP o IGP en la negociación de los acuerdos comerciales bilaterales.*
- » Como defensa del derecho de propiedad intelectual que constituyen las figuras de la calidad diferenciada reconocidas a nivel comunitario, Denominaciones de Origen Protegidas e Indicaciones Geográficas Protegidas, y con el fin de atender el mandato legal de defensa de las Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas en el ámbito nacional e internacional, el MAGRAMA revisa las solicitudes de marca que la Oficina de Armonización del Mercado Interior (OAMI) va publicando. En los casos que se considera necesario, se elabora y remite un oficio de observaciones a dicha Oficina, pidiendo la denegación del registro en base a la legislación comunitaria apli-

cable. Se trata de marcas (escritas y/o gráficas) que contienen términos coincidentes con la totalidad o parte de los nombres protegidos, o que por su similitud fonética o gráfica con dichos nombres o con sus símbolos (logos), o por ser derivados de éstos, pueden inducir a confusión con los que son objeto de protección. Éstos son DOP e IGP de productos agroalimentarios y de vinos, e Indicaciones Geográficas reconocidas de bebidas espirituosas, así como términos tradicionales de vinos que, de acuerdo con las normas de la UE, están reservados a vinos con derecho a determinadas DOPs o IGP.

En este sentido, durante el año 2013 se remitieron 42 oficios de observaciones en relación con solicitudes de marcas para productos agroalimentarios y 39 en relación con vinos y bebidas espirituosas.

- » Durante el 2013 España, a través de la Secretaría de Estado de Comercio, en el seno de la UE-OMC, siguió apoyando la prioridad de la finalizar la Agenda Doha (DDA) en lo referente al acuerdo ADPIC en materia de IGS, mediante la creación del registro único, obligatorio y vinculante de protección de las Indicaciones Geográficas de vinos y bebidas espirituosas, y la extensión de dicha protección al resto de IGS de otros productos agroalimentarios. Tras las 9ª Conferencia Ministerial de la OMC en Bali, nuestro país sigue apoyando el que estos dos temas pendientes de la DDA formen parte de la agenda post-Bali en un nivel de prioridad similar al resto de temas pendientes.

Igualmente en el nivel bilateral, en el 2013 se han conseguido importantes niveles de protección de las IGS europeas en los Acuerdos de Libre Comercio de la UE con Singapur, Colombia y Perú, de Asociación con Centroamérica y Económico y de Comercio con Canadá (CETA). En la actualidad se continúa negociando para lograr niveles similares de protección de las IGS en los acuerdos con Japón, Vietnam, China (Acuerdo IGS) y EEUU (TTIP).

## 4.4 Acuerdos con países terceros

### Acuerdos con países terceros

- *Potenciar la firma con terceros países de acuerdos de reconocimiento mutuo en materia de exportación.*

» El MAGRAMA y la Secretaría de Estado de Comercio están colaborando con la Comisión Europea en el marco de lo previsto en la legislación comunitaria en la dinamización del comercio internacional de productos ecológicos. En particular (como vía preferible), en el desarrollo de nuevos acuerdos de equivalencia con países terceros. Actualmente, son 11 los países incluidos en la correspondiente lista, si bien el grado de reciprocidad es diferente (Argentina, Australia, Canadá, Costa Rica, India, Israel, Japón, Túnez, Estados Unidos, Suiza y Nueva Zelanda). Actualmente, se está trabajando intensamente en un acuerdo con Corea del Sur y se pretende que todos los acuerdos ya firmados y futuros alcancen el máximo nivel de reciprocidad. En la inminente reforma de la normativa comunitaria de la producción ecológica, España defenderá entre los puntos principales de su posición que los acuerdos de equivalencia faciliten tanto las importaciones (elemento principal de muchos de los actuales acuerdos) como las exportaciones, teniendo en cuenta que España es exportador neto de alimentos ecológicos.

### Red de laboratorios acreditados

- *Oferta de servicios de la Red de Laboratorios para certificación de requisitos de exportación.*
- » La Secretaría de Estado de Comercio posee una Red de Laboratorios que vienen prestando servicio a las empresas exportadoras para garantizar la calidad de sus productos y mantener su atractivo frente a sus competidores.

Entre otras cuestiones, mantiene iniciativas de colaboración con determinados Servicios de Control

de países destinatarios de nuestras exportaciones, de modo que los laboratorios del SOIVRE de varios CATICES están habilitados para que el operador pueda solicitar la certificación correspondiente, que se extiende de manera gratuita.

Durante 2013 y parte de 2014, los laboratorios de los Servicios de Inspección SOIVRE de las Direcciones Territoriales de Navarra (Pamplona) y de Las Palmas de Gran Canaria han conseguido por primera vez la acreditación ENAC, sumándose así a los ya acreditados (Alicante, Almería, Bilbao, Murcia, Tenerife, Vilamilla, Vigo) de los Servicios de Inspección SOIVRE de las Direcciones Territoriales y Provinciales de Comercio y al Centro Analítico de Inspección y Control de Calidad de Comercio Exterior (Laboratorio Central del SOIVRE), perteneciente a la Subdirección General de Inspección, Certificación y Asistencia Técnica del Comercio Exterior, que actúa como coordinador de todos ellos.

Los resultados obtenidos en estos laboratorios son aceptados más fácilmente por los mercados extranjeros gracias al sistema de acuerdos internacionales. Con ello, se contribuye a reducir los costes para fabricantes y exportadores, reduciendo o eliminando la necesidad de repetir pruebas en el país de importación. También se contribuye a reducir los obstáculos técnicos asociados a la exportación, evitando la repetición de los ensayos, certificaciones e inspecciones.

En 2013, se ha ofrecido la Certificación de contenido en histaminas de semiconserva de anchoas destinadas a Canadá, Certificación del cumplimiento de la legislación estadounidense de residuos de plaguicidas en los envíos de clementinas y la emisión de Certificados de sin tratamiento post-cosecha para cítricos que se enmarca en un Convenio de Colaboración suscrito con Francia. También ha resultado relevante durante 2013 la comprobación del cumplimiento de la legislación de EEUU de residuos de plaguicidas en los envíos de tomates y pimientos destinados a EEUU, como apoyo al Servicio de Sanidad Vegetal del MAGRAMA.



Para mantener el mercado de aceite de oliva abierto en Brasil en 2013, se ha negociado con las autoridades brasileñas el reconocimiento de los controles que los Servicios de Inspección SOIVRE llevan a cabo en origen sobre el aceite de oliva. Tras la entrada en vigor en Brasil, en 2012, de la norma I, de 30 de enero de 2012 del Ministerio Da Agricultura, Pecuaria e Abastecimento (MAPA), se establece de forma obligatoria el control del aceite de oliva a la entrada en Brasil. Dicha norma describe los parámetros de calidad que deben cumplir las diferentes categorías de aceite de oliva, y exige que estos parámetros sean analizados por laboratorios reconocidos por las autoridades brasileñas.

Gracias a este reconocimiento, las exportaciones españolas deberán ir acompañadas del Certificado de Conformidad, así como del boletín de análisis correspondiente, expedido por uno de los laboratorios reconocidos, de forma que se evitan duplicidades y demoras en los envíos a este país.

» Por último, desde el MAGRAMA también se han realizado los siguientes “logros horizontales” durante 2013:

- Ley 14/2013 de apoyo a emprendedores y su internacionalización.
- Participación en actividades encuadradas dentro del Instrumento de Asistencia Técnica e Intercambio de Información (TAIEX) en el seno de la DG Ampliación de la Comisión (DG Enlargement). Este Instrumento constituye un programa de apoyo a las instituciones para misiones a corto plazo en el ámbito de la adopción y aplicación del acervo comunitario; está destinado a países candidatos a la UE, a países adherentes en el marco de la estrategia de preadhesión, a los países que participan en la política europea de vecindad, y a Rusia. De esta manera se contribuye a dar a conocer nuestra forma de producir y de gestionar nuestra producción agroalimentaria.







# Valoración

- » Las actividades recogidas en el actual informe suponen un gran esfuerzo por parte de todas las administraciones y de los sectores, lo que confirma la importancia del sector agroalimentario y el interés en la internacionalización de sus empresas.
- » Los objetivos de coordinación, Eje 1, entre los distintos departamentos ministeriales, las Comunidades Autónomas y con las organizaciones y asociaciones implicadas, se han cumplido durante el primer año de andadura del GTISA, de forma que se han evitado duplicidades y se ha logrado una mejor orientación de los esfuerzos para potenciar las exportaciones de las empresas españolas.
- » En cuanto a los objetivos del Eje 2, “Información y Formación”, se han llevado a cabo multitud de actividades y programas desde diferentes departamentos ministeriales, con el objetivo de mejorar la formación especializada de los profesionales del sector y facilitar la gestión electrónica de los procedimientos, con el fin de ahorrar tiempo y dinero.
- » El Eje 3, apoyo a la exportación y a la implantación, ha sido también objeto de numerosas actividades, desde las clásicas promocionales hasta la mejora de la coordinación exterior, mencionando muy especialmente todas aquellas tendentes a incrementar nuestra base exportadora.
- » La apertura de mercados, Eje 4, es el elemento donde la Administración debe jugar un papel protagonista. Así, se ha trabajado en defensa de los intereses de nuestras empresas, en la eliminación de barreras arancelarias y no arancelarias, en la firma de acuerdos veterinarios y sanitarios con países terceros, etc.
- » En resumen, podemos concluir que nos encontramos en el buen camino (las cifras de exportación del sector así nos lo indican), que hemos mejorado la coordinación entre administraciones y con el sector, y que hemos utilizado de mejor manera los recursos disponibles. Pero queda mucho por hacer, y debemos seguir trabajando.



INTERIOR  
CONTRA-  
PORTADA

CONTRAPORTADA

101

Primer Informe Anual  
**Grupo de Trabajo para  
la Internacionalización  
del Sector Agroalimentario**

GTISA 2013

