

# Segundo Informe Anual

## Grupo de Trabajo para la Internacionalización del Sector Agroalimentario

### GTISA 2014



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

Segundo Informe Anual  
**Grupo de Trabajo para  
la Internacionalización  
del Sector Agroalimentario**  
GTISA 2014

Madrid, 2015



# Índice

Introducción .....	5
Organización de las labores llevadas a cabo en el marco del GTISA .....	7
Logros del GTISA en 2014 en función de los ejes reflejados en las líneas estratégicas.....	9
Eje 1. Coordinación.....	9
Eje 2. Información y formación.....	18
Eje 3. Apoyo a la exportación y a la implantación en el exterior.....	23
Eje 4. Apertura de mercados.....	34





# 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 Grupos de Trabajo dependientes del Comité Consultivo Sectorial se centran en los siguientes sectores: cárnico, frutas y hortalizas, vino, aceites y aceitunas, productos de la pesca y sector lácteo, además de dos grupos de trabajo de carácter horizontal: promoción y gastronomía.



# Logros del GTISA en 2014 en función de los ejes reflejados en 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.*

Durante 2014 se llevaron a cabo diversas actividades con el fin de mejorar la coordinación y colaboración entre los departamentos ministeriales:

- » La cuarta y quinta reunión del Grupo de Trabajo de Internacionalización del Sector Alimentario (GTISA) se celebraron los días 15 de enero y 3 de julio de 2014. Las asambleas congregaron a diferentes representantes de la administración. En cada una de estas reuniones se aprobaron las actas de las anteriores, y se concretó la apuesta por la colaboración público/privada, además de plantearse las acciones planificadas para el año 2014.
- » El Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (en adelante, MAGRAMA) ha realizado acciones de promoción agroalimentaria, junto con la Oficina Comercial y la de Turismo, con motivo de la celebración del campeonato mundial de Hockey.
- » Se ha mantenido la colaboración entre los servicios centrales del Ministerio de Economía y Competitividad (en adelante: MINECO), y del MAGRAMA con sus respectivas sedes en otros países, las Oficinas Económicas y Comerciales (en adelante: OFECOMES) y las Consejerías de Agricultura. Estas comunicaciones han redundado en beneficio de las empresas españolas, entre otras cuestiones, para agilizar los trámites ante las autoridades de países terceros de cara a la aprobación de certificados sanitarios y fitosanitarios que permitan la exportación de empresas españolas o en la resolución de problemas comerciales.

### 1.2 Mejorar la coordinación y colaboración con las Comunidades Autónomas

- *Celebración de reuniones de los órganos colegiados interterritoriales.*
- *Coordinación de las actuaciones de promoción exterior e información a las Comunidades Autónomas 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 del Desarrollo Rural.*
- *Mejorar la coordinación e información a las Comunidades Autónomas en materia de negociaciones de acuerdos comerciales bilaterales que afecten a derechos de propiedad intelectual de Denominaciones de Origen Protegidas (DOP) e Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP).*

De cara a mejorar la coordinación con las Comunidades Autónomas (en adelante, CCAA), en el marco del GTISA se ha implementado lo siguiente:

- » El **Consejo Interterritorial de Internacionalización (CII)**, creado con el objetivo de coordinar todas las estrategias de apoyo a la internacionalización de los diferentes organismos e instituciones y en el que están representados el MINECO, ICEX España Exportación e Inversiones (en adelante, ICEX), todos los órganos autonómicos dedicados al sector exterior, el Consejo Superior de Cámaras de Comercio y la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (en adelante, CEOE).

Este órgano se reunió el 5 de junio de 2014 bajo la presidencia rotatoria de Extremadura y el 29 de septiembre de 2014. En la última reunión, presidida por el Secretario de Estado de Comercio, Jaime García-Legaz, se presentaron nuevas medidas de impulso a las exportaciones españolas, en particular el nuevo programa 'ICEX Consolida'

y un plan de acción de la Secretaría de Estado de Comercio para minimizar los efectos del embargo ruso a la UE.

- » En la sesión del Consejo, que también contó con la participación de las Cámaras de Comercio y la CEOE, se evaluó la marcha del proceso de integración de las oficinas comerciales de las CCAA en la red del Estado, que comenzó en febrero de 2012. Hasta el momento, se han firmado doce protocolos de integración con: Valencia, Galicia, Castilla-La Mancha, Castilla y León, Aragón, Murcia, Cantabria, Canarias, Andalucía, Madrid, La Rioja y Extremadura.

En total, se han integrado ya 31 delegaciones de ocho CCAA en la red del Estado (OFECOMES) en Argel, Belgrado, Bogotá, Bruselas, Casablanca, Düsseldorf, Estocolmo, Lima, Londres, Los Ángeles, Malabo, Miami, México DF, Moscú, Nueva Delhi, Santiago de Chile, Sao Paulo, Shanghái, Tokio, Varsovia y Washington DC. Está previsto que en los próximos meses se integren otras 27 delegaciones de un total aproximado de 90 oficinas a integrar.

Además de ahorrar costes importantes a las CCAA, este proceso contribuye a la mejor coordinación de los activos dedicados a la internacionalización de las empresas dependientes de todas las administraciones, fundamentales para seguir con el impulso del sector exterior, y a evitar duplicidades.

- » En la 5ª reunión del GTISA, celebrada el 3 de julio de 2014, se acordó la creación de un nuevo Grupo de Trabajo del GTISA sobre Promoción Horizontal, con participación de las CCAA y presidido por ICEX.
- » En julio de 2014 se produjo la presentación del primer Informe Anual del GTISA 2013 a las CCAA durante las reuniones de la Comisión y la Conferencia Sectorial de Agricultura.

- » Con la intención de mejorar la coordinación de actuaciones e información de las CCAA, ICEX envió en enero de 2014 el Plan de Actividades 2014 a todas las CCAA. 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 CCAA e ICEX sumasen esfuerzos en el exterior en beneficio de nuestras empresas.

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

- *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.*
  - *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.*
- » Con fechas 16 de julio de 2014 y 9 de septiembre de 2014 tuvieron lugar la segunda y tercera

reunión del Comité Consultivo Sectorial para la Internacionalización del Sector Agroalimentario. Este Comité, copresidido por el Director General de la Industria Alimentaria (MAGRAMA) y el Director General de Comercio Internacional e Inversiones (MINECO), tiene el fin de ser el instrumento de coordinación entre la Administración General del Estado, a través del GTISA, con las diferentes asociaciones y organizaciones sectoriales en materia de internacionalización.

En la segunda reunión del mencionado Comité Consultivo se presentó el **primer Informe de Actividades del GTISA (2013)**, que recopila las acciones llevadas a cabo durante ese año para potenciar la internacionalización del sector agroalimentario español, y se debatió con los sectores sobre este informe y otros asuntos de relevancia, como los diferentes grupos de trabajo existentes y futuros.

La tercera reunión se centró en la prohibición de la Federación Rusa a la importación de productos agrarios y alimentarios y sus repercusiones para España, de modo que las asociaciones sectoriales pudieron dialogar con la administración sobre sus preocupaciones y prioridades a este respecto.

» Entre los grandes logros del GTISA en 2014 se encuentra el mantenimiento y potenciación de diferentes Grupos de Trabajo dependientes del Comité Consultivo Sectorial, así como la creación de los nuevos grupos que desde el Comité se ha considerado necesario crear. A continuación se enumeran las actividades de cada grupo durante 2014:

- Las reuniones del **Grupo de Trabajo Cárnico**, que vienen celebrándose desde el año 1997, mantienen 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 posi-

bles 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, presididas por la Subdirección General de Comercio Internacional de Productos Agroalimentarios, participan representantes de MINECO, MAGRAMA, del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad (en adelante, MSSSI), ICEX 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 2014 se celebraron tres reuniones del Grupo de Trabajo Cárnico: el 10 de abril, el 3 de septiembre y el 14 de octubre de 2014. De estas tres reuniones, la celebrada el 3 de septiembre fue una reunión extraordinaria conjunta del Grupo de Trabajo Cárnico y del Grupo de Trabajo de Productos de la Pesca para estudiar las repercusiones para España de la prohibición de la Federación Rusa a la importación de productos agrarios y alimentarios acontecida en agosto de 2014.

Con motivo de la mencionada prohibición de la Federación Rusa, en la reunión del Grupo de Trabajo Cárnico del 14 de octubre se presentó y consensuó un documento de análisis de las alternativas comerciales en el sector exportador ganadero ante el embargo de Rusia. El documento resume objetivos a corto y medio/largo plazo, como son el trabajo en la apertura y mejora del acceso a ciertos mercados objetivo, en la resolución de los obstáculos y problemas de las empresas en su acceso a mercados en terceros países y, de forma coordinada con ICEX, en actividades de promoción en mercados con demanda creciente y en países en los que se haya identificado un interés.

Este documento ha servido también para trasladar a la Comisión Europea los principales intereses,



inquietudes y problemas a los que se enfrenta el sector ganadero exportador español en su ejercicio de internacionalización.

- En 2014 se celebraron tres reuniones del **Grupo de Trabajo de Productos de la Pesca**, (30 de mayo, 8 de julio y 29 de julio) más la ya mencionada conjunta con el grupo de Cárnicos, para tratar el tema de las dificultades comerciales que Rusia ha impuesto sobre los productos de la UE, que tuvo lugar el 3 de septiembre de 2014.

Las reuniones contaron con la asistencia de personal del MINECO, ICEX, MAGRAMA, MSSSI, algunas CCAA, así como con una amplia representación del sector privado. Para mayor agilidad en las discusiones, las agendas del grupo constan de dos secciones diferenciadas: por norma general, la primera parte se centra en las visitas de los inspectores de terceros países a España, mientras que la segunda trata sobre los intercambios comerciales con terceros países.

Por lo que respecta al primer pilar, la visita de los inspectores del servicio veterinario ruso en el mes de marzo de 2014 centralizó la gran mayoría de los trabajos. En este sentido, las tareas tuvieron como objetivo la restauración del flujo comercial entre España y Rusia, a través del control oficial y del establecimiento de un programa de autocontrol por parte de las empresas. En junio, el servicio veterinario ruso envió a las autoridades españolas el informe preliminar de su visita del mes de marzo, y desde entonces los esfuerzos se dirigieron hacia la corrección de las deficiencias observadas por los inspectores. La conclusión de los debates tuvo como resultado el establecimiento de un plan de acción, basado en la mejora del sistema de autocontrol, y en dar una respuesta coordinada a Rusia apoyada en sus recomendaciones, en aras de demostrar que se cumplen las exigencias de importación en dicho país y preparar una posible nueva inspección. No obstante, este tema de carácter técnico se vio sobrepasado por la decisión política de prohibición, decretada el 6 de agosto

por Vladimir Putin, a las importaciones en la Federación Rusa de ciertos tipos de productos agrícolas, materias primas y alimentos de los países que habían impuesto sanciones contra Rusia. En septiembre de 2014 se celebró una reunión conjunta de los Grupos de Trabajo de Productos de la Pesca y Cárnico, con la finalidad de analizar entre las asociaciones y las administraciones participantes en estos grupos las repercusiones en los sectores y las acciones a emprender para paliar dichas repercusiones. En el sector de la pesca, se sigue trabajando a nivel técnico, de acuerdo con la hoja de ruta establecida en el mes de julio.

En el segundo ámbito de trabajos del Grupo de Productos de la Pesca se incluyen el análisis e intercambio de información sobre el estado de situación de negociaciones comerciales que supongan un interés o sensibilidad especial para el sector, cambios en las condiciones de acceso a los mercados, problemas constatados por el sector en mercados concretos, etc.

- En el año 2014 el **Grupo de Trabajo de Frutas y Hortalizas** se reunió en tres ocasiones: dos reuniones ordinarias los días 3 de abril y 24 de septiembre, y una reunión extraordinaria el día 2 de septiembre con motivo del embargo ruso.

A las reuniones, que organizan conjuntamente el MINECO y el MAGRAMA, asisten las asociaciones más representativas del sector (en 2014 han participado entre 10 y 15 asociaciones) y un representante de ICEX.

El trabajo del grupo se desarrolla alrededor de una lista de expedientes prioritarios, que es fundamental para poder optimizar los recursos disponibles, dedicándolos a mercados potenciales con posibilidades reales. En este sentido, cabe mencionar que, de los 66 procesos de negociación abiertos con las autoridades fitosanitarias de diversos países, que se mantenían a finales de 2013, con niveles de avance totalmente dispares entre ellos, se realizó una evaluación, con participación directa

de los sectores, para determinar el interés económico de los mismos, confeccionando finalmente una lista de mercados y productos prioritarios que incluye 26 procesos en 14 países.

Para la elaboración de dicha lista se tuvieron en cuenta unos requisitos básicos acordados en el seno del grupo, sobre los que incidiría positivamente el hecho de que la eventual solicitud de apertura proceda de los importadores del país en cuestión, con el apoyo de su propio gobierno. Los requisitos acordados fueron: que las solicitudes partan de una asociación sectorial, realizar una evaluación previa de los riesgos fitosanitarios del mercado en cuestión y disponer de un estudio de mercado que permita conocer de forma previa la viabilidad económica y la verdadera importancia del mismo.

La reunión extraordinaria del 2 de septiembre de 2014 se convocó con motivo del embargo ruso, con la finalidad de evaluar las repercusiones para España de la prohibición de la Federación Rusa a la importación de frutas y hortalizas, y estudiar posibles mercados alternativos. Para realizar esta evaluación, MAGRAMA y MINECO prepararon un documento con las condiciones fitosanitarias y arancelarias y estadísticas de exportación de todos los mercados en los que se había registrado comercio en los años 2011, 2012 y 2013, así como de aquellos mercados considerados de interés por el sector, incluyendo las principales frutas y hortalizas afectadas por el embargo ruso, y completado con un análisis de las alternativas comerciales y unas propuestas, a modo de conclusiones, en cuanto a los posibles mercados de destino alternativos.

- Dentro del marco de GTISA se celebró también la segunda reunión del **Grupo de Trabajo de Gastronomía** el 26 de junio de 2014. Contó con una amplia participación de diferentes instituciones y asociaciones sectoriales (Federación Española de Hostelería (FEHR), Federación de Cocineros y Reposteros de España (FACYRE), Federación Es-

pañola de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB), Federación Española de Asociaciones de Productores Exportadores de Frutas y Hortalizas (FEPEX) y Federación Española del Vino (FEV), entre otras). En esta reunión se mostró el interés de los sectores por el Reino Unido como destino prioritario de nuestras exportaciones y mercado objetivo para un Plan de gastronomía española, y se planteó realizar acciones conjuntas.

- En 2014 se creó el **Grupo de Trabajo sobre Promoción**, si bien sus primeras reuniones han comenzado en 2015, en el que se han remarcado los objetivos fundamentales.
- El **Grupo de Trabajo del Vino** ha celebrado durante 2014 dos reuniones con los principales representantes del sector. La primera reunión tuvo lugar el 3 de febrero y la segunda el 3 de octubre.
- » En el 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 MARM, la 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 2014, entre ICEX y OEMV, así como entre ICEX y FEV, se han mantenido los convenios de colaboración y el intercambio de información.
- » Invest in Spain participa en la Mesa del Vino liderada por la División de Alimentos y Gastronomía de ICEX, cuyo objetivo es apoyar a las empresas españolas a mejorar el proceso de internacionalización, y en el que están presentes diferentes organismos de la Administración del Estado, consejos reguladores, observatorios y asociaciones.
- » A lo largo de 2014, Invest in Spain ha mantenido reuniones de coordinación con empresas, asociaciones y centros tecnológicos del sector agroalimentario con la intención de presentar los



servicios que presta a las empresas extranjeras e identificar sinergias y líneas de colaboración entre ambos organismos.

- » El MAGRAMA tiene establecido un convenio de colaboración MAGRAMA-FIAB, y durante 2014 se han celebrado reuniones del Comité de Internacionalización, en el marco de su Programa anual de internacionalización, celebradas en julio y diciembre 2014.
- » Por otro lado, en 2014 se han producido otras reuniones de coordinación MAGRAMA-FIAB entre las que se encuentran: del Grupo de Trabajo de Internacionalización en el ámbito del Marco Estratégico de la Industria de la Alimentación y Bebidas, reuniones de carácter técnico en relación con la Estrategia Alimentación – Gastronomía – Turismo con la participación de Turespaña, FIAB, Foro de Marcas Renombradas Españolas (FMRE)-FEHR y el MAGRAMA con el objetivo de coordinar acciones concretas y reuniones de carácter técnico en Londres en relación con la Estrategia Alimentación – Gastronomía – Turismo en las que participaron la consejerías competentes en la materia y FIAB.
- » En 2014 se han celebrado reuniones de carácter técnico para desarrollar el sistema auditado de autocontrol previsto en el nuevo Real Decreto 993/2014, de 28 de noviembre, por el que se establece el procedimiento y los requisitos de la certificación veterinaria oficial en la exportación. Estas reuniones contaron con la participación del MAGRAMA, los sectores representativos de alimentos de origen animal y las principales empresas auditoras.
- » El MAGRAMA también ha celebrado reuniones con las asociaciones sectoriales y con las empresas interesadas en exportar, para la preparación de las visitas de auditoría de los países terceros.
- » En este ámbito, es interesante la cooperación que diferentes asociaciones sectoriales han aportado

en sus contactos con la AGE. Algunos casos son: la organización y logística de visitas de inspectores de países terceros durante 2014 (entre las que se encuentra, por ejemplo, la Oficina de Exportación de la Carne de España (OECE) para visitas de inspectores centradas en el sector cárnico), la cooperación con el MAGRAMA para la homogenización de documentos, registros y declaraciones en el sector vitivinícola por parte de FEV, etc. También, la coordinación y colaboración con el MAGRAMA en foros y comités, como el Comité Mixto Hispano-Franco-Italiano de frutas y hortalizas, que se ha convertido en un importante marco para mejorar las relaciones entre los profesionales del sector de frutas y hortalizas europeo y para fomentar actuaciones conjuntas ante las instituciones comunitarias. FEPEX forma parte del Comité. En el marco de este Comité se han constituido grupos de trabajo, como los del tomate, fresa, ajo, fruta de hueso, manzana y de sanidad vegetal. También el Comité Mixto Hispano-Marroquí de frutas y hortalizas, constituido a instancias de las administraciones española y marroquí en diciembre de 2013 y que durante 2014 ha comenzado su actividad.

- » Sobre la línea de acción que pretende una mayor utilización de las plataformas tecnológicas, desde el MINECO se han potenciado varias plataformas tecnológicas durante 2014:
  - Plataforma Tecnológica del Vino, impulsada y presidida por la FEV, y en la que también ha participado ICEX. Su objetivo es crear una red de cooperación empresa-ciencia capaz de definir una estrategia común en el campo de la I+D+i bajo el liderazgo empresarial y así aumentar la competitividad del sector, identificando las principales necesidades y retos tecnológicos a los que se enfrenta. El sitio web es el siguiente: <http://www.ptvino.com/index.php/es/>
  - Plataforma Food for Life-Spain (PTE FFL-Spain), también potenciada por el MAGRAMA, ICEX y el Ministerio de Industria, Energía y Turismo

(MINETUR) y con los siguientes representantes del Consejo Rector: FIAB, centro tecnológico AINIA, asociación AMEC, Asociación Nacional de fabricantes de Conservas de Pescados y Mariscos (ANFACO-CECOPECA), Asociación Agraria de Jóvenes Agricultores (ASAJA), Instituto de Investigación y Tecnología Agroalimentarias (IRTA), Centro Nacional de Tecnología y Seguridad Alimentaria (CNTA), Centro Tecnológico Nacional de la Conserva y Alimentación (CTC) y Agrupación Empresarial Innovadora de la Industria Alimentaria de Castilla y León (VITARTIS). La misión de la plataforma consiste en la presentación de proyectos nacionales e internacionales de colaboración entre empresas, centros u organismos de investigación tanto públicos como privados y universidades. La plataforma tecnológica Food for Life-Spain está abierta a todos los miembros de la cadena alimentaria que quieran participar en ella, desde la industria a la parte académica, pasando por la administración central y autonómica, reguladores de la sociedad civil, consumidores y observadores. Su sitio web es el siguiente:

[http://www.foodforlife-spain.es/v\\_portal/apartados/pl\\_basica.asp?te=4](http://www.foodforlife-spain.es/v_portal/apartados/pl_basica.asp?te=4)

- » ICEX, en su actividad habitual de cooperación con asociaciones sectoriales, ha mantenido durante 2014 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 a conocer las distintas formas de consumo. Para su desarrollo se diseña un plan de acciones promocionales en colaboración con las Oficinas Económicas y Comerciales de España (OFECOMES), que implica una serie de actividades (degustaciones de producto, promociones de punto de venta, seminarios, etc.) siempre teniendo en cuenta el público objetivo (prensa, importadores, canal Horeca, etc.).

Durante 2014 se han mantenido los planes sectoriales en diferentes mercados: cereza, kaki, aceituna, jamón serrano, jamón ibérico, vinagre o queso, por citar algunos de ellos.

- » Por otro lado, ICEX y las OFECOMES han colaborado con los Consejos Reguladores del Vino para acciones en mercados (Rías Baixas, Bierzo, Rioja, Jerez y Cava) y se ha renovado el convenio con OEMV y continuado con el de la FEV para el intercambio de información.
- » 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, tiene un contacto continuo con los diferentes países, y en 2014 ha realizado una labor amplia de difusión de nueva normativa. En 2014 se han realizado numerosos contactos con las asociaciones reconocidas para que transmitan a sus socios los cambios legislativos relevantes detectados en los diferentes países.

#### 1.4 Simplificar trámites administrativos y mejorar los servicios.

- *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.*
- *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 a 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.*

» Por parte del MINECO, durante 2014 se han realizado numerosas acciones tendentes a **simplificar los trámites** en la expedición de visados por viajes comerciales, entre otras, potenciadas desde las OFECOMES en contacto con las embajadas. Muchas de estas acciones en 2014 tuvieron que ver con el sector agroalimentario. Por ejemplo, visitantes extranjeros de ferias como Alimentaria interesados en productos como aceitunas, conservas, aceite de oliva, etc.

» En el marco de la **profundización en los procesos de simplificación**, durante 2014 se ha producido la publicación del Real Decreto 993/2014, de 28 de noviembre, por el que se establece el procedimiento y los requisitos de la certificación veterinaria oficial para la exportación. Como se indica en el artículo 1 del Real Decreto, entre sus finalidades está la de reducir la carga administrativa que conlleva la obtención de certificados veterinarios de exportación, mediante el uso de sistemas electrónicos de comunicación y la creación de una aplicación en línea para la gestión integral de la solicitud y el procedimiento de emisión de los certificados veterinarios de exportación.

» Durante 2014, se ha trabajado en la actualización para su publicación de la nueva versión de la “Guía de servicios para la Internacionalización” que recoge la amplia gama de instrumentos que ofrece la Secretaría de Estado de Comercio a las empresas españolas, los recursos de sus servicios centrales para impulsar su expansión en los mercados exteriores y apoyarla en todas las fases de su proceso de internacionalización. Entre los instrumentos se encuentran la red de cerca de 100 Oficinas Económicas y Comerciales en el mundo

y de las 31 Direcciones Territoriales y Provinciales de Comercio en España, así como de sus órganos y entidades dependientes: ICEX, Compañía Española de Financiación del Desarrollo (COFIDES), Expansión Exterior y Compañía Española de Seguros de Crédito a la Exportación (CESCE), así como los programas del Instituto de Crédito Oficial (ICO) y del Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI), adscritos ambos al MINECO, y de la Empresa Nacional de Innovación S.A. (ENISA), adscrita al MINETUR.

([http://www.mineco.gob.es/stfls/mineco/comercio/pdf/Guia\\_Servicios\\_Internacionalizacion\\_2014.pdf](http://www.mineco.gob.es/stfls/mineco/comercio/pdf/Guia_Servicios_Internacionalizacion_2014.pdf))

» FEPEX ha cooperado durante 2014 para potenciar la simplificación y la mejora en el sistema de aprobación de productos fitosanitarios con el MAGRAMA haciendo un seguimiento de las solicitudes presentadas en el marco de la publicación, a finales del año 2014, del procedimiento normalizado de trabajo para la tramitación y resolución de solicitudes de autorización de ampliación a usos menores de productos fitosanitarios. También participa en la simplificación a través de su participación en GLOBAL GAP, una asociación que representa a las principales empresas europeas de distribución y que ha desarrollado un sistema de buenas prácticas agrarias denominado GLOBALGAP, cuyo cumplimiento es un requisito indispensable para el acceso de nuestras producciones a los principales mercados europeos. Entre las diferentes actividades encaminadas a cooperar en la simplificación de trámites llevadas a cabo en 2014, está la convocatoria del Grupo de Trabajo Nacional de GLOBALGAP, donde se abordó, entre otros temas, la realización de los trabajos oportunos para verificar que GLOBALGAP cumple con la gestión integrada de plagas, según se contempla en el art.10 del RD 1311/2012.

» MAGRAMA y FEV han iniciado un proceso para la alineación de documentos, registros y declaraciones en el sector vitivinícola.

» Por su parte, durante 2014 el MINETUR ha continuado con la labor que comenzó en 2013 con la creación de dos nuevas webs:

- [www.ipyme.org](http://www.ipyme.org). El portal PYME es una plataforma electrónica que contiene información y herramientas relacionadas con el mundo de la PYME (información laboral, fiscal, jurídica, etc.) y herramientas (plan de empresa, bases de datos de ayudas, etc.). En este ámbito hay establecidas 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.

» En cuanto a la **puesta en conocimiento de las empresas sobre distintos servicios y programas de apoyo a la internacionalización**, la Ventana Global de ICEX atendió 14.896 consultas relacionadas con los sectores agroalimentarios y 759 servicios personalizados a empresas agroalimentarias, prestados desde las OFECOMES.

» La Secretaría de Estado de Comercio ha publicado mensualmente durante 2014 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 el mes de que se trate, 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 los instrumentos de apoyo a la exportación, el acceso a los mercados, etc.

» Sobre el **mejor acceso a las listas de establecimientos autorizados para exportar a terceros países**, se han logrado avances durante 2014 y se han incluido nuevas empresas agroalimentarias en los siguientes mercados:

PAISES TERCEROS	PRODUCTOS AUTORIZADOS
Argentina	Productos cárnicos porcinos Productos lácteos Tripas de porcino 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 Lácteos para alimentación infantil Alimentación animal  Alfalfa
Colombia	Productos cárnicos de porcino
Corea del Sur	Carne y productos cárnicos de porcino Tripas de porcino
Chile	Productos alimenticios de origen animal
Estados Unidos	Productos cárnicos de porcino
Israel	Lechuga
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

» De cara a **aumentar la funcionalidad de los sistemas CEXGAN** y CEXVEG se han realizado las siguientes acciones:

- El servicio de atención al usuario (SAUS) de la aplicación informática de exportación de productos de origen animal, CEXGAN, ha atendido satisfactoriamente 4.688 solicitudes de información de los operadores.
- El servicio de atención al usuario (SAUS) de la aplicación informática de exportación de vegetales, CEXVEG, ha atendido 2.450 consultas telefónicas y 3.092 correos electrónicos de los operadores.
- Se han telematizado en la aplicación informática de exportación de productos de origen animal, CEXGAN, un total de 98 nuevos certificados sanitarios de exportación.

## **EJE 2- INFORMACIÓN Y FORMACIÓN.**

### **2.1 Impulsar la formación especializada en 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.*

La formación en materia de internacionalización ha supuesto, durante 2014, un tema clave para los

organismos implicados en el GTISA. Entre otras muchas acciones se han llevado a cabo las siguientes:

- » Realización de 109 presentaciones de notas o estudios de mercado realizados por las OFECOMES.
- » Celebración de 20 seminarios, organizados por ICEX con jornadas en diferido contando con la colaboración de las OFECOMES 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 2014, 717 asistentes recibieron formación en los seminarios on-line sobre el sector agroalimentario. Las actividades de capacitación empresarial llevadas a cabo por ICEX para el sector han sido 59 seminarios presenciales y 21 seminarios en Aula Virtual. Aula Virtual cuenta con 3.489 empresas agroalimentarias registradas durante 2014.

Estas actividades de formación fueron en algunas ocasiones específicas para productos concretos (sirvan como ejemplos: "El mercado del vino en los Monopolios Nórdicos", "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 de temática más general (por ejemplo, "Cómo abordar el mercado de alimentos y vinos en Hong Kong", "El mercado de productos ecológicos en Países Bajos y Alemania" o "Productos gourmet en Bélgica"), etc.

- » ICEX, durante 2014, destinó a 235 becarios a las Oficinas Económicas y Comerciales, donde realizaron prácticas relacionadas con el comercio exterior de los productos y servicios españoles. La formación se completa con una II fase de prácticas en empresas en España o en el exterior.

En la II fase del programa, 13 becarios realizaron sus prácticas en empresas agroalimentarias.

- » La labor de la Secretaría de Estado de Comercio es constante a través de sus 99 Oficinas Comerciales al servicio de las empresas, desde las que en 2014 se ha ofrecido asistencia continua. Se han prestado unos 760 servicios personalizados relacionados con los sectores agroalimentarios.
- » Durante 2014, se ha puesto en marcha Ventana Global. Es un centro de comunicación gestionado desde ICEX que ofrece a las empresas información relativa a todos los programas de apoyo a la internacionalización, no solo de ICEX, sino del resto de entidades dependientes de la Secretaría de Estado de Comercio (CESCE, COFIDES y Expansión Exterior), así como de la Dirección General de Comercio e Inversiones, otras entidades del MINECO (ICO y CDTI) y del MINETUR (como ENISA). Durante 2014 este servicio ha atendido cerca de 15.000 consultas relacionadas con los sectores agroalimentarios.
- » En el trabajo conjunto entre diferentes organismos integrantes del GTISA para mejorar la formación de las empresas en materia de internacionalización, se han realizado numerosas jornadas, algunas con la cooperación de los sectores interesados. Entre ellas, el 8 de julio de 2014 se celebró la jornada “Posicionamiento y competitividad del vino español en los mercados internacionales” en la sede de ICEX, que contó con la participación del MAGRAMA e ICEX.
- » Durante 2014, 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 el primer semestre de 2014, con especial incidencia en la apertura a mercados exteriores.
- » Las OFECOMES de la Secretaría de Estado de Comercio han realizado numerosas acciones para aumentar el conocimiento de las empresas de cara a la internacionalización. Así, se pueden poner como ejemplos la oficina de Emiratos Árabes y la de Casablanca. La primera ha realizado notas y estudios de mercado, una grabación de video con un resumen de la situación económica del país, sus sectores de oportunidad (incluido el agroalimentario) y cultura empresarial. La segunda ha llevado a cabo la elaboración y difusión de 9 informes sobre productos y ferias del sector agroalimentario, así como la difusión de un seminario en el Aula Virtual ICEX.
- » Desde el MAGRAMA se ha organizado el VII Congreso Virtual Iberoamericano sobre Gestión de Calidad en Laboratorios (marzo 2014).
- » Asimismo, el MAGRAMA ha realizado labores de organización para la realización del “Seminario sobre colaboración económica para favorecer la internacionalización y competitividad del sector de suministros” (abril 2014).
- » MAGRAMA y FIAB han organizado conjuntamente seminarios y jornadas que giran en torno a la internacionalización, tales como el seminario “Empezando a exportar” (junio 2014) y el “Programa FIAB de Formación en Competencias Sociales enfocado a la Negociación Internacional” (septiembre 2014).
- » El MAGRAMA ha publicado la Orden AAA/1834/2014, de 2 de octubre, por la que se establecen las bases reguladoras de la concesión de becas de alta formación de gestores y directivos de empresas de la cadena alimentaria. El objetivo de estas becas es mejorar la cualificación de los cargos directivos y de gestión, así como impulsar la competitividad, la sostenibilidad en el mercado y la internacionalización de las empresas agroalimentarias.
- » Entre las actividades de las asociaciones sectoriales, OECE ha impartido jornadas informativas y cursos sobre el Real Decreto 993/2014 y también

sobre aspectos técnicos para preparar visitas de inspectores de países terceros, mientras que ANFACO ha desarrollado cursos de formación adaptados a los requisitos de los mercados exteriores, entre los que se encuentra un curso sobre certificación halal. Por su parte, FIAB ha desarrollado el “Programa FIAB de Formación Comercial Internacional”, un programa transversal orientado a mejorar las habilidades en la gestión comercial internacional de las empresas de alimentación y bebidas y también el “Programa Superior para la Internacionalización de la Empresa Agroalimentaria” dirigido a profesionales del sector que desearan reciclar y actualizar sus conocimientos. La FEV ha organizado igualmente seminarios y ha promovido la adopción de un acuerdo entre las patronales del vino de la UE y China para el desarrollo de actuaciones conjuntas en materia de formación, intercambio de experiencias y estancias en empresas con experiencia exportadora.

## 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 ahondar en la mejora de la gestión telemática de trámites administrativos de cara a las PYMES, ICEX ha comenzado el registro on-line para las empresas participantes en las Ferias de Pabellón Oficial a través del portal [www.icex.es](http://www.icex.es)

- » Se han fusionado los dos portales de ICEX dedicados a la promoción de los alimentos, vinos y gastronomía española en uno sólo denominado [www.foodswinesfromspain.com](http://www.foodswinesfromspain.com).
- » Por parte de las asociaciones, la Asociación Interprofesional de Limón y Pomelo (AILIMPO) ha colaborado durante 2014 con la Cámara de Comercio de Murcia con el fin de lograr implantar un sistema electrónico de solicitud de certificados de origen, y OECE ha realizado una actualización de portales webs, publicando novedades sobre comercio exterior, elaboración de boletines y circulares informativas y posterior difusión a las empresas. La FEV ha impulsado los cambios legales necesarios para posibilitar las ventas directas online en el entorno intracomunitario.

## 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.*
  - *Soluciones a los problemas tecnológicos que dificultan la exportación (centros tecnológicos agroalimentarios).*
  - *Evaluación del impacto de las importaciones de alimentos.*
  - *Premio a la internacionalización.*
- » MAGRAMA y FIAB han elaborado en 2014 una encuesta para exportadores con el objetivo de obtener un estudio de percepción, por parte de las empresas españolas del sector, de la situación de la internacionalización en el sector de la

alimentación y bebidas en España, así como un informe de exportaciones.

- » En julio de 2014, el OEMV presentó un análisis que realizó por encargo del MAGRAMA, del que se desprendía que las exportaciones españolas de vinos fuera de la UE han aumentado en 14 puntos desde principios del 2000.
- » Por parte de las OFECOMES se han realizado, durante 2014, como es habitual, estudios de mercado relativos al país donde se encuentran, de cara a analizar el potencial exportador de sectores y empresas españolas.
- » El 8 de julio de 2014 se celebró la jornada “Posicionamiento y competitividad del vino español en los mercados internacionales”, organizada por ICEX, el OEMV y la FEV, habiendo participado en ellas el MAGRAMA e ICEX, con la ponencia “Evolución de las exportaciones del sector y los apoyos a las bodegas españolas para su internacionalización”.
- » MAGRAMA y FIAB han creado un Catálogo de Fábricas de Alimentos y Bebidas en España, con el objetivo de potenciar la competitividad del tejido industrial que conforman las empresas españolas a la vez que sirve de referencia para compradores internacionales.
- » En la convocatoria de los Premios Alimentos de España - 2014, XVII Edición (correspondiente al año 2013) que entrega el MAGRAMA, el jurado falló los premios de siete modalidades: “Industria Alimentaria”, “Restauración”, “Producción Ecológica”, “Comunicación”, “Internacionalización”, “Producción de la Pesca y la Acuicultura” y el “Premio Extraordinario Alimentos de España”.
- » También en 2014 se produjo la modificación del “Premio a la Internacionalización Alimentaria”, que se creó en el año 2012 con la finalidad de reconocer y galardonar el esfuerzo realizado por

las empresas e instituciones alimentarias por acceder, desarrollar y consolidar su posición en el mercado internacional y contribuir a mejorar la imagen de nuestros alimentos en el exterior.

- » En esta nueva versión, se incluye la posibilidad de premiar, además de empresas nacionales, otras situadas fuera del territorio español que con su actividad se distingan por su labor en favor de la promoción de la calidad y la imagen de los productos alimentarios y bebidas españoles en el exterior, actuando así como verdaderos embajadores de los alimentos de España.
- » En esta edición, el premio de “Internacionalización” ha sido concedido a la Organización Interprofesional Agroalimentaria del Porcino de Capa Blanca (INTERPORC).
- » En enero de 2014, en el marco de la Cumbre Internacional de Gastronomía Madrid Fusión, el Secretario de Estado de Comercio realizó la segunda entrega del Premio “Exportando España”. Estos premios tienen por objetivo reconocer a las personas que más han contribuido a internacionalizar la gastronomía y alimentos españoles. El chef José Andrés fue el galardonado por su contribución al conocimiento y expansión internacional de la cocina española.
- » Además, el cocinero ha colaborado con ICEX en iniciativas como la puesta en marcha de las becas del programa de formación en cocina española “Spanish Culinary Arts Curriculum”, que José Andrés impulsó el año previo junto con el International Culinary Center de Nueva York.

## 2.4 Mejorar el conocimiento sobre los mercados exteriores.

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

» En el marco del Programa de Alta Formación para Gestores de Empresas de la Cadena Alimentaria se ha realizado la jornada “Tendencias y orientaciones en el consumo alimentario”, llevada a cabo por el MAGRAMA. Se abordaron nuevas formas de realizar investigación estratégica de mercado para anticipar las tendencias y motivaciones del consumo alimentario y desarrollar estrategias comerciales, tanto en el mercado nacional como para abordar el mercado internacional.

» ICEX, durante 2014, 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.

» 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 y en enero de 2014 se convocaron otras 7, lo cual permitió contar durante el año 2014 con un total de 24 beneficiarios de éstas que realizaron su actividad en los laboratorios de las Direcciones Territoriales y Provinciales de Comercio de la Secretaría de Estado de Comercio (red de laboratorios SOIVRE).

» El servicio de inspección SOIVRE de las Direcciones Territoriales y Provinciales de Comercio de la Secretaría de Estado de Comercio ha llevado a cabo, durante el año 2014, numerosas actuaciones relacionadas con el etiquetado de los productos, encaminadas, por un lado, a verificar la conformidad con la normativa comunitaria y por otro, a asesorar a las empresas españolas para cumplir con los requisitos de etiquetado exigidos en los mercados 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 Internacional e Inversiones, a través del servicio de inspección SOIVRE de las Direcciones Territoriales y Provinciales de Comercio, ha establecido diversas fórmulas de colaboración con determinados servicios de control de países destinatarios de nuestras exportaciones. Todas ellas tratan de dar solución a problemas específicos que han encontrado nuestras exportaciones en destino. Como ejemplo de estas colaboraciones que han estado operativas durante el año 2014 se pueden citar, en este informe anual: certificación de contenido en histaminas de semiconserva de anchoas destinadas a Canadá tras el control analítico correspondiente, certificación del cumplimiento de la legislación estadounidense de residuos de plaguicidas en los envíos de clementinas sobre la base del convenio suscrito hace años con la Food and Drug Administration (FDA) de los EEUU 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 o la emisión de certificados e informes de ensayos de pirofeofitinas (clorofila) en aceite de oliva con destino a Taiwán.

» En 2014 ha seguido vigente y plenamente operativo el acuerdo alcanzado en 2013 con las autoridades brasileñas, en virtud del cual se reconocen 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. El acuerdo se negoció 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.

» En cuanto a la mejora del conocimiento de mercados exteriores, el MAGRAMA ha elaborado en el año 2014 un informe del comercio Exterior de las Denominaciones de Origen Protegidas de Vinos correspondiente a la campaña 2012/2013. Asimismo se incluyó información detallada sobre comercio con países terceros y movimientos comerciales con estados miembros de la UE en los datos estadísticos para cada campaña. En los datos estadísticos de Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas correspondientes a 2013 pero publicados en 2014, se ha incorporado, como novedad, información detallada sobre comercio con países terceros y movimientos comerciales con estados miembros de la UE.

» Entre las actividades de las asociaciones de cara al conocimiento de mercados exteriores, el sistema de información FEPEX es un instrumento de análisis de mercados exteriores de frutas y hortalizas, países competidores, apertura de nuevos mercados, información coyuntural (precios,

tendencia, consumo...), etc. Además, durante 2014 esta asociación ha elaborado su informe mensual con el seguimiento de las frutas y hortalizas preparadas, boletín mensual de cebolla, boletín semanal de fruta de hueso, boletín hortofrutícola semanal y seguimiento mensual de ajo.

## 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.

- *Revisión de la normativa de aplicación en el marco de la reforma de la Política Agraria Común (PAC) y la Política Común de Pesca (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.*
- *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 organismos públicos.*

» El MAGRAMA apoya y fomenta el desarrollo de programas de promoción cofinanciados a través de fondos de la UE con el fin de reforzar la competitividad del sector agrícola de la Unión, fomentar el consumo y promocionar la imagen de los productos comunitarios en los mercados internacionales y aumentar el nivel de conocimiento de los consumidores sobre las bondades y métodos de producción. Para ello, en el año 2014, el MAGRAMA:



- Ha participado en la elaboración de la nueva normativa de aplicación en el marco de los programas de información y promoción de los productos agrícolas en el mercado interior y en terceros países (Reglamento (CE) 1144/2014).
  - Ha facilitado información y asesoramiento a sectores y operadores con el fin de facilitar el conocimiento de las reglas para la elaboración de estos programas.
  - Ha difundido información entre los posibles beneficiarios sobre las medidas excepcionales en promoción alimentaria puestas en marcha por la UE como consecuencia del veto ruso.
  - Además, a través del programa de apoyo al sector vitivinícola, se ha impulsado la medida de promoción del vino en terceros países, cuyos objetivos son aumentar la competitividad de los productores vitivinícolas comunitarios, consolidar la fama de los vinos comunitarios de calidad y ayudar a recuperar y consolidar antiguos mercados y conquistar otros nuevos. Para ello, esta medida ha contado con una dotación presupuestaria de 50 millones de €, para el ejercicio FEAGA 2014.
- » En el marco de la coordinación de actuaciones que finalmente apoyen la implantación exterior, se puede mencionar que en 2014 la OFECOME de El Cairo ha colaborado en la aprobación, por la administración egipcia, de un proyecto desarrollado por el Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI), “Almacenamiento Activo e Inteligente de Granos de Trigo en Silos Horizontales”.
- » En cuanto a las actividades desarrolladas por las asociaciones, se destacan las siguientes: desde OECE en 2014 se han impartido seminarios informativos sobre el sector cárnico en Corea y Grecia en colaboración con ICEX y con las OFECOMES; desde la FEV en 2014 se han organizado pabellones de España en ferias en Hong Kong y Brasil en colaboración con ICEX y OFECOMES, con cabida

de empresas individuales y de organismos regionales, dentro de los programas de promoción del vino en terceros países. Por su parte, FEPEX organiza con IFEMA la feria internacional del sector de frutas y hortalizas FRUIT ATTRACTION. En 2014 hubo en FRUIT ATTRACTION 40.528 profesionales hortofrutícolas participantes, de 88 países, cifra que significa un incremento del 16% en relación a la convocatoria del año anterior. También en el ámbito del sector de flores y plantas lleva a cabo un plan de internacionalización y se organiza la participación agrupada en las ferias IPM (Essen-Alemania), Salón del Vegetal (Angers-Francia) y Miflor (Padua-Italia).

### 3.2 Definición de estrategias de actuación.

- *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.*
  - *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,..).*
  - *Aprovechar las sinergias existentes con el turismo, la cultura y la gastronomía para la promoción de nuestros alimentos de calidad.*
  - *Planes país y producto. Identificación en colaboración con los sectores de los principales productos y países de interés y establecimiento de prioridades.*
  - *Apoyo a la acreditación de empresas para aprovechar nichos de mercado (kosher, halal).*
- » De cara a la definición de estrategias de actuación para fomentar la implantación en el exterior de las empresas españolas, a principios de 2014 el Consejo de Ministros aprobó el “**Plan Estratégico de**

## **Internacionalización de la Economía Española**

(PPIEE) para el periodo 2014-15 con el objetivo de que el sector exterior sea uno de los pilares básicos de crecimiento estructural de la economía española.

Se trata de un plan elaborado por el MINECO con el fin de aumentar la presencia española en aquellos sectores o países identificados como prioritarios. En los “Planes Integrales de Desarrollo de Mercado” se han identificado en esta fase 16 países (todos ellos no comunitarios) y 8 sectores de oportunidad o prioritarios. Entre los sectores identificados se encuentra la industria de alimentación y bebidas, por lo que es una de las beneficiarias de este Plan. Un factor relevante señalado ha sido el tamaño empresarial, que se pretende que sea mayor gradualmente.

- » Por otro lado, la AGE ha participado activamente tanto en el Consejo de Marca España como en el Grupo de Trabajo de Diplomacia Económica de Marca España, en la elaboración del Plan de Acción 2015 y aportando todas las actividades que realiza, con entidad Marca España, al mapa de actividades de la Marca España.
- » De cara a la incorporación de las empresas agroalimentarias a las acciones que se desarrollen en el marco del plan de acción exterior, son frecuentes las misiones comerciales (directas e inversas) apoyadas desde la Secretaría de Estado de Comercio, que durante 2014 fueron numerosas.
- » En el ámbito de potenciar la colaboración público-privada se han llevado a cabo diferentes acciones, entre ellas, la difusión del Programa ICEX de becas de gastronomía para jóvenes chefs.
- » ICEX desarrolla anualmente un calendario de actividades de promoción de los productos de calidad españoles en los principales mercados. Es incontable el número de actividades a este respecto, del

cual hay variados ejemplos en el presente informe, así que se mencionará el “Spain Great Match& Design” de Nueva York, celebrado el 9 de noviembre. Se trató de una muestra de más de 150 productos alimentarios y vinos españoles, apoyado por importadores y en colaboración con los mejores restaurantes españoles de Manhattan.

- » El MAGRAMA es otro organismo que apoya aquellas actividades de promoción alimentaria fuera de nuestras fronteras que pongan en valor nuestro sector agroalimentario español. Algunas de sus múltiples actividades fueron:
  - Acciones en países terceros:
    - Summer Fancy Food Show 2014 (Nueva York, junio 2014).
    - World Food Moscow 2014 (Moscú, septiembre 2014).
    - Participación Stand Comisión Europea Annapoorna 2014 (Mumbai, India, septiembre 2014).
    - Misión de Directivos de Japón (septiembre 2014).
    - Misión Estudio a Turquía (septiembre 2014).
    - Business Meetings Canadá, Australia, Nueva Zelanda y Sudáfrica (Madrid, octubre 2014).
    - Promoción en punto de venta en la cadena Hyundai (Seúl, Corea, octubre 2014) y acciones complementarias.
    - Feria PLMA Chicago 2014 (noviembre 2014).
    - IFEA África (Johannesburgo, Sudáfrica, noviembre 2014).
    - Promoción en punto de venta en la cadena ACE Japón (Tokyo, noviembre 2014) y acciones complementarias.
    - Promoción en punto de venta de la cadena METRO (China, noviembre 2014).
    - Promoción de INTERPORC, para posicionar la carne y elaborados cárnicos de cerdo blanco español en los mercados de diversos países como Brasil (Brasilia, junio 2014), México DF, y Panamá (Curitiba, julio 2014).



- Acciones en países de la Unión Europea:
  - Feria Speciality and Fine Food 2014 (Londres, Reino Unido, septiembre 2014).
  - Private Label Manufacturers Association (PLMA) (Amsterdam, mayo 2014).
  - VIV Europe (Utrecht, mayo 2014).
  - Red europea de pequeños productores queseros y artesanos (Gouda, noviembre 2014).
  - World Bulk Wine Exhibition (Amsterdam, noviembre 2014).
  - Presentación en París del Comité Interprofesional del Cerdo de Capa blanca INTERPORC en el marco del Salón Internacional de la Alimentación (SIAL).
  - Reuniones de coordinación del Comité tripartito España-Francia-Italia sobre fresa, manzana, ajo, melocotón-nectarina y tomate.
  - Promoción de carne y otros productos de porcino desarrollada por INTERPORC en Polonia (diversas acciones en Poznan y Varsovia, septiembre 2014).
  - Promoción "Original Flavors" (vino DO Ribera de Duero, aceite de oliva virgen extra DO Baena, Especialidad Tradicional Jamón Serrano) (Diversas acciones en Gdansk y Varsovia, junio 2014).
  - Promoción de repostería tradicional española (embajada de España, Varsovia, diciembre 2014).
- » Así mismo, el MAGRAMA participa en diversas ferias tanto nacionales como internacionales, con el objetivo de apoyar a los sectores agroalimentario y pesquero, así como internacionalizar la imagen de calidad de los productos españoles. La participación del departamento es individual o en colaboración con diversas asociaciones e instituciones, para facilitar sus actividades tanto institucionales como de negocio. Asimismo, se utiliza tal foro para informar sobre todas las campañas institucionales que realiza el Ministerio.
- » El MAGRAMA realiza actuaciones de defensa de la calidad de alimentos y bebidas españoles en el exterior mediante coordinación e informes relacionados con productos y empresas alimentarias españolas. En concreto, en el año 2014 y dado que en enero se promulgó el Real Decreto 4/2014, por el que se aprueba la norma de calidad para la carne, el jamón, la paleta y la caña de lomo ibérico, este departamento realizó acciones concretas de asesoramiento a determinadas empresas que deseaban introducir adecuadamente estos productos en países concretos (por ejemplo, China). Asimismo, se han detectado y atajado casos de mala utilización de las especificaciones recogidas en la citada norma de calidad, lo que implicaba dar mala imagen sobre productos españoles y realizar competencia desleal entre operadores.
- » El personal de las OFECOMES realiza con frecuencia acciones de marketing para promocionar los productos españoles. Entre las actividades anuales se encuentran las visitas oficiales a autoridades nacionales y asociaciones de importadores del país donde esté radicada cada oficina (ejemplos en 2014: encuentro con el ministro de Agricultura de Irán, en el que se trasladó la invitación de la ministra de Agricultura española para visitar España, y en el que se planteó el intercambio de productos pesqueros, el asesoramiento español en el desarrollo de cultivos intensivos, las compras españolas de azafrán y pistachos y una posible colaboración con la Asociación Española de la Industria y el Comercio Exportador del Aceite de Oliva (ASOLIVA) para el desarrollo del olivar en Irán). Por otro lado, la asistencia oficial a las ferias internacionales localizadas en diferentes países (dado que es incontable el número de actividades así desarrolladas, se mencionará la asistencia en Teherán a las Ferias Agrofood, Agrotech, Feria de Productos Orgánicos y Feria de Confitería de Teherán).
- » Para la Secretaría de Estado de Turismo/Turespaña, la gastronomía es un elemento transversal en

la estrategia de promoción turística internacional: es un producto prioritario para la totalidad de áreas geográficas junto con el turismo urbano, el arte y la cultura, y muy relevante por el esfuerzo dedicado a su promoción. Por ello, se ha concedido mayor peso en el plan estratégico de marketing en 2014.

- Campañas de publicidad internacional.

En el material creativo audiovisual utilizado en la campaña de publicidad internacional global de 2014, ejecutada en Alemania, Francia, Reino Unido y Rusia, uno de los productos turísticos promocionados fue la gastronomía. Para esta campaña se realizó una re-edición de los spots de la campaña I need Spain (I need Spain; Whatever I need) adaptándolos a formatos digitales.

- Redes sociales.

En lo que se refiere a redes sociales, se han incluido algunos contenidos relacionados con este producto en todas las redes sociales, sobre todo en Twitter.

Es patente la transversalidad del elemento gastronómico, elemento común tanto en la promoción de otros productos turísticos (cultural, arte y arquitectura, negocios, ocio nocturno, turismo gay...) como en la promoción de distintos destinos turísticos, desarrollada en el marco de campañas cooperativas (Andalucía, Baleares, Galicia, La Rioja, Madrid o País Vasco, entre otros...) e incluso con otros organismos como ICEX (campaña cooperativa con Foods from Spain y Wines from Spain).

- Apoyo al desarrollo y promoción del producto turístico gastronómico y turismo enológico.

La Secretaría de Estado de Turismo ha apoyado a los clubes de producto gastronómico y enológico en dos sentidos: el desarrollo del producto y la promoción internacional.

El desarrollo de producto: necesario para la articulación de un producto turístico comercializable (a través de la Secretaría de Estado de Turismo – Subdirección General de Desarrollo y sostenibilidad).

La promoción internacional de los clubes (a través de Turespaña, nuestras campañas de publicidad y las acciones de la red de consejerías españolas de turismo en el exterior).

Tres clubes de producto:

- RUTAS DEL VINO (24 rutas del vino certificadas).

El proyecto Rutas del Vino de España nació en el 2001, cuando la Asociación Española de Ciudades del Vino (ACEVIN) consigue el apoyo de la Secretaría General de Turismo para empezar a trabajar en la definición y desarrollo de las normas de regulación de la calidad de este producto turístico.

Desde el año 2001 hasta la fecha, el trabajo desarrollado ha permitido consolidar una marca turística de calidad que es referente nacional cuando hablamos de enoturismo o turismo del vino. Asimismo, se han incrementado los esfuerzos promocionales para mejorar la notoriedad internacional de este producto turístico.

- 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.

- SABOREA ESPAÑA (19 destinos gastronómicos).

Es una asociación 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; EUROTOQUES, Organización Europea de Cocineros; FACYRE, Asociación de Cocineros y Reposteros de España, y la Asociación Española de Destinos para el Desarrollo del Turismo Gastronómico (AEDDTG).

Nació en 2009 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.

Aglutina destinos, empresas y prestatarios de servicios, productos gastronómicos (restaurantes, denominaciones de origen, productores, bodegas) y al sector hostelero.

- Canal específico en [www.spain.info](http://www.spain.info).

En [www.spain.info](http://www.spain.info) existe un canal temático sobre Gastronomía al que se accede directamente desde la *home* principal de la web y donde se hallan agrupados los contenidos relacionados con la gastronomía de España.

Toda la información del canal está íntegramente traducida al inglés, francés, alemán e italiano. La *home* además se muestra en los 19 idiomas del portal, entre ruso, coreano, japonés, etc. Cabe destacar también que la gastronomía como atractivo turístico se promociona a lo largo del año en la *home* principal del portal oficial de turismo de España y también en las newsletters.

En este canal se ofrecen los siguientes recursos: 175 productos, 363 recetas, 19 cocinas regionales, 9 preguntas gastronómicas, un diccionario gastronómico, 86 propuestas de viaje sobre gastronomía y 5 mercados tradicionales.

Desde el canal de gastronomía se accede al dedicado al producto Rutas del Vino, donde están publicados los siguientes recursos: 606 bodegas, 14 reportajes sobre enología en España y 20 rutas del vino de ACEVIN.

La propuesta de Rutas del Vino se promociona en la newsletter y en la *home* principal de [www.spain.info](http://www.spain.info). Toda la información está traducida al inglés, francés, alemán e italiano y está georreferenciada.

Desde este canal se accede a la web de SABOREA ESPAÑA.

- Acciones de las consejerías españolas de turismo en el exterior, en 2014.

904 acciones con un componente de promoción del producto turístico gastronómico. El coste total de estas acciones supera los 1,7 millones de euros.

Todas las Oficinas Españolas de Turismo (OETs) realizaron acciones relacionadas con la gastronomía.

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:

- Apoyo a grandes eventos de marcada proyección internacional como San Sebastián GastronomiKa o Madrid Fusión.

San Sebastián Gastronomika es un evento que reunió en esa ciudad al sector gastronómico internacional, prestando atención a los nuevos fenómenos culinarios de España y el mundo.

2014 fue su XVI edición. Se dieron cita los mejores profesionales de la restauración, a través de ponencias, catas y atractivas actividades. Fue un evento privado que contó con la colaboración de Basquetour y el Ayuntamiento de San Sebastián, entre otros.

- Madrid Fusión. Se colaboró en 2014 gestionando la presencia de periodistas especializados enviados por las OETs.
  - Capital española de la gastronomía. Formando parte del jurado en la selección de la capital gastronómica. En 2012 fue Logroño, en 2013 fue Burgos y en 2014 Vitoria-Gasteiz. La Secretaría de Estado de Turismo formó parte del jurado en dichas ediciones, y también en la elección en diciembre de 2014 de Cáceres como capital para 2015.
- » Por otro lado, el MAGRAMA ha colaborado en la elaboración de la micro-guía de Barcelona, “El Turista Invisible”, que se presentó en Alimentaria 2014.
- » Desde el año anterior, 2013, comenzó la posibilidad para las empresas españolas de poder 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 Ortodox Unión (OU) - la mayor empresa certificadora mundial de productos kosher. Tras la firma del convenio, ICEX organizó un segundo seminario durante 2014 en Barcelona 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, durante el año 2014 se han celebrado cuatro reuniones del Comité Técnico de Normalización AEN/CTN 308 “Halal”.

Este comité se constituyó en 2013 para 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, prestando atención al comercio exterior como un aspecto a tener en consideración en la elaboración de las normas tanto europea como española, por la importancia de este aspecto si se quiere avanzar en una normativa 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.

A estas reuniones, convocadas por la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR), asisten diversas comunidades islámicas y autoridades religiosas, el Instituto Halal, empresas de la cadena de alimentación, asociaciones sectoriales como la Asociación Nacional de Industrias de la Carne de España (ANICE), y representantes de la administración como el MINECO o el MAGRAMA.

En la última reunión del comité AEN/CTN 308 “Halal” en el 2014 se decidió proponer al Comité de Normalización europeo que su próxima reunión en el 2015 se celebrase en España, en concreto en Córdoba, como medio para impulsar la participación de España en el proceso normalizador.

- » En 2014, ICEX ha comenzado los contactos con los organizadores de la primera Feria Internacional Expohalal, que tendrá lugar en Madrid el 21 y 22 de octubre de 2015.
- » Desde la FIAB se ha producido durante 2014 el desarrollo del proyecto estratégico Alimentación – Gastronomía – Turismo junto con el Foro de Marcas Renombradas Españolas, que contempla la creación de una marca paraguas bajo la que desarrollar distintas herramientas dirigidas al canal turístico. Con la colaboración de la Secretaría de Estado de Turismo, la Secretaría de Estado de Comercio y el MAGRAMA y de cara a la potenciación de nuevos canales de distribución, impulsó Programas Business Meetings (compradores de varios países) y Spain Experience Program (invitación de 1 o 2 compradores de cadena de distribución de gran relevancia).

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

- *Desarrollo y difusión de los instrumentos financieros de apoyo a la internacionalización.*
  - *Desarrollo de una guía de organismos de apoyo a la inversión.*
  - *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.*
  - *Fomentar firma de acuerdos de protección de inversiones y convenios de doble imposición con países de destino.*
  - *Potenciar el conocimiento por parte de las empresas del medio propio España Expansión Exterior.*
  - *Estudio de medidas de apoyo específico por parte de las administraciones.*
- » En marzo de 2014 se publicó la actualización de la “Guía de servicios para la internacionalización” de la Secretaría de Estado de Comercio. Esta guía tiene como objetivo impulsar el acceso de las empresas a todos los servicios disponibles, evitar la dispersión informativa y proporcionar una visión global de todos los programas que apoyan la internacionalización.
- Para ello, la guía aglutina los recursos de los servicios centrales de la Secretaría de Estado de Comercio y los ofrecidos por sus entidades dependientes: ICEX España Exportación e Inversiones (ICEX), Compañía Española de Financiación del Desarrollo (COFIDES), Sociedad Estatal España Expansión Exterior y Compañía Española de Seguro de Crédito a la Exportación (CESCE).
- A ellos se suman los programas del Instituto de Crédito Oficial (ICO) y del Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI), adscritos ambos al Ministerio de Economía y Competitividad, así como de la Empresa Nacional de Innovación S.A. (ENISA), adscrita al Ministerio de Industria, Energía y Turismo. Además, cuenta con 16 ediciones regionales, con los programas específicos para la internacionalización que facilita el gobierno autonómico a las empresas de su comunidad autónoma.
- » Entre los instrumentos desarrollados se podrían destacar los programas del Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI) destinados a financiar proyectos e iniciativas de cooperación en el ámbito de la internacionalización de la I+D+i. Para ello, CDTI cuenta, entre otros, con el programa Internacionaliza, que financia actividades de PYMES españolas que hayan desarrollado una tecnología novedosa y deseen explotarla en el exterior. Además, a través de Innvolucra, incentiva la participación de empresas españolas en programas internacionales de cooperación tecnológica.
  - » 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. Algunas de las elaboradas en 2014 fueron: una guía de organismos de apoyo a la inversión directa en Kuwait; un informe de organismos de apoyo a la inversión en Omán y un informe de organismos de apoyo a la inversión en Yemen, todas ellas elaboradas desde las OFECOMES de los respectivos países.

- » COFIDES mantiene durante 2014 la línea FINCHEF que puso en marcha el año anterior, para financiar la apertura de establecimientos vinculados al sector gastronómico en el exterior. Se financian hasta 5 millones de €.
- » Para dar difusión a los medios de financiación disponibles, ICEX posee un servicio de orientación gratuito, de modo que orienta y asesora a la empresa según sus características (tamaño, sector, modelo de negocio) y necesidades de financiación hacia aquellas fuentes públicas o privadas que cuenten con recursos disponibles. Durante 2014 se han ofrecido estos servicios a diferentes empresas.
- » Para potenciar la utilidad del CESCE y su conocimiento por parte de las empresas, durante 2014 se ha mantenido el convenio de colaboración firmado en marzo de 2013 entre ICEX y CESCE con el fin de impulsar los instrumentos para la prevención y gestión de riesgos en los mercados internacionales.

El convenio, que se dirige a PYMES que inician su andadura en el exterior, desea evitar 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 inicien 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.

- » La Secretaría de Estado de Comercio mantiene continuas negociaciones para fomentar la firma de Acuerdos de Promoción y Protección Recíproca de Inversiones (APPRI), que son tratados bilaterales de naturaleza recíproca que contienen medidas y cláusulas destinadas a proteger, en el plano del derecho internacional, las inversiones realizadas por los inversores de cada Estado Parte en el territorio del otro Estado Parte. Entre la actividad desplegada en 2014, es interesante mencionar que se firmó ad referendum el Convenio de Doble Imposición con Líbano, se ratificó y entró en vigor un APPRI con Bahreín en diciembre del 2014 y los importantes avances sobre la posible firma de un APPRI con Emiratos Árabes Unidos.
- » Desde la Secretaría de Estado de Hacienda, la Dirección General de Tributos ha mantenido negociaciones para concluir nuevos convenios para evitar la doble imposición con Bangladesh, Kenia, Taiwán, Finlandia, Paraguay y Rumanía. En 2014 se han concluido negociaciones, de modo que se rubricaron los correspondientes textos, con Andorra, Cabo Verde, México, Montenegro y Países Bajos (renegociación).
- » Por otra parte, desde el mismo centro se han impulsado las diferentes fases de tramitación en las que se encuentran otros convenios cuyo texto se había rubricado anteriormente: nuevo convenio con Azerbaiyán (23 de abril de 2014), Bélgica (15 de abril de 2014), Canadá (18 de noviembre de 2014) y Omán (30 de abril de 2014).

- » También es relevante el nuevo protocolo del convenio con EEUU, firmado el 14 de enero de 2013, y que se publicó en el Boletín Oficial del Congreso de los Diputados el 14 de julio de 2014.
- » Finalmente se publicaron en el BOE los nuevos convenios con Argentina (renegociado), Chipre, Reino Unido (renegociado), República Dominicana y Senegal.
- » En enero de 2014, el Gobierno aprobó la integración parcial de la sociedad estatal España Expansión Exterior en ICEX España Exportación e Inversiones, lo que se produjo en el marco del proyecto de Ley de racionalización del sector público y otras medidas de reforma administrativa. De este modo, se ha conseguido que este organismo sea más conocido y accesible a las empresas españolas, además de lograrse para ahorrar costes, mejorar la gestión y crear sinergias. El objetivo de la sociedad estatal España Expansión Exterior es ofrecer servicios para las operaciones de comercio exterior e inversión de las empresas y detectar y crear oportunidades de negocio, tanto de exportación como de inversión.
- » En lo que se refiere al incremento de la capacidad de exportación de las empresas, ICEX – Invest in Spain ofrece servicios de identificación de potenciales socios estratégicos o financieros extranjeros interesados en contactar con empresas españolas del sector agroalimentario como bodegas, almazaras y sector cárnico.
- » En cuanto a las asociaciones sectoriales, FEPEX, de cara a incrementar la base exportadora y aportar seguridad a los exportadores, ha contactado durante 2014 con FRUIT AUDIT, servicio de reclamaciones y de información en los mercados de destino. A este respecto se ha firmado con SOLUNION un acuerdo marco de condiciones de seguro de crédito, que permitirá dar cobertura a los problemas de impago surgidos de las

reclamaciones de calidad en los mercados de destino. Por otro lado, FIAB ha organizado un “Seminario informativo COFIDES” en base al convenio con la entidad, con el objetivo de poner a disposición de la industria la oferta de implantación en el exterior, tanto comercial como productiva.

### 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.

ICEX ha mantenido durante 2014 el Programa de Participación en Licitaciones Internacionales para el presente año. Su objetivo es apoyar la participación de pequeñas y medianas empresas españolas en proyectos en el exterior a través de la financiación de sus gastos de preparación, presentación y seguimiento de ofertas técnicas en concursos o licitaciones internacionales.

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

- *Fortalecimiento asociativo.*
  - *Apoyo a la integración, constitución de consorcios, etc.*
  - *Información periódica sobre negociaciones comerciales con terceros países y oportunidades que brindan a las 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.*
- » En el marco del Plan Estatal de Integración Cooperativa se aprobó en la Conferencia Sectorial de Agricultura de enero el plan para 2014, con el objeto de coordinar las políticas de fomento asociativo

del Ministerio y de las comunidades autónomas, en colaboración con el sector. El plan pretende hacer frente a la insuficiente dimensión empresarial de nuestro movimiento cooperativo y a su falta de organización y concentración de la oferta, con la finalidad de mejorar la orientación al mercado y la internacionalización.

- » Firma de un convenio de colaboración entre el MAGRAMA y Caixabank por el que se facilitarán líneas preferentes de financiación a cooperativas, entidades asociativas pesqueras, organizaciones de productores, trabajadores autónomos y al sector agroindustrial para mejorar la competitividad y el desarrollo del sector agrario, pesquero y de la alimentación, así como favorecer una mayor productividad y mejoras en la producción, transformación y comercialización que incrementen las ventas con mayor valor añadido, tanto en los mercados nacionales como internacionales.
- » 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.

Durante 2014 las actividades de los distintos organismos del GTISA orientadas 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 los intangibles, etc.
- » Se han garantizado presupuestariamente desde ICEX aquellas actividades en mercados que su-

ponen un apoyo directo a las empresas españolas en su apertura y consolidación de mercados.

- » Se han realizado 11 ferias de pabellón oficial para el sector agroalimentario, entre ellas FODEX en Tokio, PROWEIN en Dusseldorf o FOOD&HOTEL CHINA en Shanghái.
- » Durante 2014, también ICEX ha desarrollado los “Planes Generales 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, quesos en Canadá o jamón ibérico en varios países.
- » ICEX también ha promovido acuerdos de apoyo a la financiación de exportaciones en ICO, ENISA y Banco SABADELL.
- » Ha sido relevante la creación de nuevos programas de apoyo como ICEX Sourcing, ICEX Gran Distribución, Target USA y el nuevo ICEX Consolida.
- » 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.
- » Desde las OFECOMES se han realizado acciones como la realización de misiones inversas (por ejemplo, en Líbano, misiones inversas para visitar las ferias “FIMA Agrícola” sobre maquinaria agrícola y “Alimentaria” sobre alimentos, aceite de oliva y jamón y paleta ibérico), resolución de consultas relativas a normas técnicas sobre productos alimentarios, o sobre la documentación necesaria, embalajes, etiquetado, etc., para sus productos. También se han organizado actividades en las embajadas (ejemplo: apoyo logístico para la

organización de una cata de vinos en el Palacio Chehab (Beirut, Líbano), residencia de la embajadora de España), respuesta a solicitudes ICEX SOURCING, etc. Adicionalmente se realizan visitas oficiales de representantes de las OFECOMES a las ferias (como las iraníes Agrofood, Agrotech, Feria de Productos Orgánicos y Feria de Confitería de Teherán).

## EJE 4- APERTURA DE MERCADOS.

### 4.1 Eliminación de barreras arancelarias y no arancelarias.

- *Participación en la política comercial comunitaria en el marco bilateral y multilateral.*
- *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.*
- *Participación activa en reuniones del comité de obstáculos técnicos.*
- *Firma de acuerdos de reconocimiento de control a las exportaciones con países terceros.*
- *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 Secretaría de Estado de Comercio y desarrollo de actuaciones para su eliminación.*
- *Proyecto Línea abierta para eliminación de barreras.*

» Durante 2014, el MAGRAMA ha participado en los grupos de trabajo coordinados por la Comisión Europea (DG SANCO) para el impulso y estudio de las negociaciones de las cuestiones sanitarias y fitosanitarias con terceros países, tomando parte activa dos grupos de trabajo: “Potsdam” y “Rosenthal”.

» El **Comité de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias** de la OMC 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, a través de la Secretaría de Estado de Comercio (SOIVRE), participa de manera habitual transmitiendo sus prioridades comerciales. Durante el año 2014, la Unión Europea elevó en este comité tres nuevas preocupaciones comerciales, en relación a las medidas impuestas por la Federación de Rusia a las exportaciones de la UE de porcino vivo y productos de porcino a causa de la peste porcina africana, así como por las restricciones a las importaciones de determinados tipos de fruta y hortaliza de origen UE.

Se mantuvieron las inquietudes derivadas de la restricción general a la importación de carne por motivos de encefalitis espongiforme bovina (EEB) impuesta por China, Australia o Turquía y las condiciones impuestas por India para la importación de cerdo y sus derivados.

Como resultado de las conversaciones mantenidas en el seno de este comité, durante el pasado año 2014 se informó de la resolución de las siguientes restricciones a la importación mantenidas para productos de origen UE, con relevancia en el sector español: cítricos frescos (Japón) y carne de bovino debido a la EEB (Arabia Saudí).

» En cuanto a **promover la adopción de acuerdos bilaterales sobre condiciones sanitarias y fitosanitarias** y otros aspectos de interés que faciliten los intercambios, hay numerosos ejemplos durante 2014. Se citarán, por su interés, las

siguientes gestiones llevadas a cabo desde el MINECO:

- **Exportaciones a China:** durante el mes de junio de 2014 se produjeron una serie de retenciones en las aduanas chinas, en especial en la aduana del puerto de Jiangyin, por el CIQ de dicho puerto, al considerar que el aceite de oliva virgen extra procedente de España no cumplía con la norma china, a causa de una presencia excesiva de estigmadienos. Tras un intercambio técnico llevado a cabo por las autoridades chinas, se concluyó que existía una discrepancia sobre la técnica analítica utilizada, y una vez aclarada la misma, se subsanaron los problemas.
- **Exportaciones a la India:** a pesar de que desde hace décadas se están exportando aceitunas a India, a mediados del pasado año se produjo la retención de una serie de contenedores por la Food Safety and Standards Authority of India (FSSAI), en particular aceitunas pasteurizadas o esterilizadas, al considerar que no cumplían con lo establecido en la norma CODEX. Aunque inicialmente se consiguieron liberar los contenedores retenidos, con el fin de evitar problemas futuros se iniciaron conversaciones con las autoridades de ese país, una vez que se comprobó que los problemas derivaban de una deficiente transcripción de la norma CODEX a la legislación india. Además, se hicieron gestiones ante el Comité Oleícola Internacional (COI), que remitió una nota verbal en apoyo de la solicitud española.
- **Exportaciones a Taiwán:** en 2014 se siguió trabajando para la resolución definitiva 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. Para ello, se ha realizado un ensayo intercomparativo coordinado por el COI, en el que han quedado demostradas algunas de las premisas expuestas por España cuando surgió el problema (presencia de clorofila endógena,

el límite de 50 ppb es excesivo), por lo que se plantea comenzar con la aplicación de 100 ppb, seguir con la línea de colaboración abierta, y eliminar de forma paulatina el certificado que de forma temporal vienen exigiendo las autoridades en la actualidad.

- **Exportaciones a Ecuador:** las autoridades de este país van a exigir la emisión de un certificado de conformidad para el aceite de oliva, de acuerdo con lo establecido en el reglamento de etiquetado RT INEN 022, que fija las nuevas condiciones de etiquetado exigidas para la comercialización. Se han iniciado contactos con las autoridades ecuatorianas con el objetivo de que el certificado de calidad comercial expedido en España se considere equivalente y no sea necesaria una nueva inspección de las partidas de aceite de oliva procedente de España para la importación en dicho país.
  - **Exportaciones a Japón:** las autoridades sanitarias japonesas exigen la presentación de certificados para la importación de productos agroalimentarios en este país. Con el fin de evitar problemas a los productos españoles, se ha confeccionado una lista de laboratorios oficiales y privados, que han sido acreditados por las autoridades sanitarias japonesas, cuyos certificados son admitidos por las aduanas japonesas, y que permiten la importación directa en Japón, sin nuevos ensayos o inspecciones.
- » Por su parte, el MAGRAMA, en el capítulo de adopción de nuevos certificados sanitarios, ha negociado y alcanzado acuerdo con diferentes terceros países para 87 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 por tipo de producto de origen animal:



PRODUCTO DE ORIGEN ANIMAL	NºCERTIFICADOS
Carne y productos cárnicos de vacuno	4
Carne y productos cárnicos de porcino	8
Carne y productos cárnicos de ave	4
Carne y productos cárnicos de ovino y caprino	2
Carne y productos cárnicos de conejo	2
Productos lácteos	3
Productos de la pesca	5
Miel y productos de apicultura	1
Alimentos compuestos y preparados	4
Subproductos no destinados a consumo humano (SANDACH)	9
Alimentación animal	9
Animales de producción vivos	12
Material genético	1
Otros*	23
<b>TOTAL</b>	<b>87</b>

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

Además, se han revisado un total de 41 certificados sanitarios, a requerimiento del tercer país o a petición del MAGRAMA, con el fin de actualizar, flexibilizar o simplificar las condiciones sanitarias acordadas.

» Sobre la **coordinación y apoyo a las visitas de inspectores** de países terceros, desde el MAGRAMA se han coordinado diversas visitas de inspectores para autorización de empresas y auditorías de los sistemas de control oficial sanitario y fitosanitario, en las cuales han participado otros organismos como el MINECO, el MSSSI o las comunidades autónomas, atendándose a las misiones de los siguientes países terceros:

País tercero	Fecha	Motivo
China	20 al 22 de enero	Carne de ave. En colaboración con la Comisión Europea
China	9 de febrero a 6 de marzo	Équidos
Federación Rusa	11 al 14 de marzo	Seguimiento auditoría general
China	21 al 25 de abril	Lácteos y alimentación infantil
Vietnam	9 al 10 de junio	Aplicación legislación comunitaria. En colaboración con la Comisión Europea
China	27 de julio al 7 de agosto	Fruta de hueso
Israel	8 al 9 de septiembre	Lechuga
Moldavia	22 al 24 de septiembre	Porcino para reproducción
Japón	7 al 11 de octubre	Carne de porcino (evaluación control de listeria)
Estados Unidos	24 al 30 de octubre	Cítricos
México	24 de noviembre a 4 de diciembre	Carne y productos cárnicos de porcino
China	10 al 12 de diciembre	Genética de ganado caprino
Cuba	9 al 16 de diciembre	Pesca, lácteos y cárnicos

Algunas de las actividades llevadas a cabo son:

- Apertura del mercado de China para melocotón y ciruela:** en los últimos días de julio y primeros de agosto de 2014, se produjo la visita de inspectores fitosanitarios chinos, que realizaron una visita de inspección a distintas zonas productoras. Como consecuencia de la visita, con posterioridad, remitieron informe de la misma, que fue juzgada como positiva. En respuesta al informe, se ha remitido a las autoridades chinas una propuesta de plan de trabajo, por lo que en breve se espera sean fijadas las condiciones para la apertura de este mercado para melocotón y ciruela.
- Apertura del mercado de Israel para lechuga iceberg.** Tras la visita de un inspector de Israel, se ha conseguido la apertura del mercado de Israel para las lechugas iceberg producidas por una empresa española. A la vista del buen resultado alcanzado en este mercado, se está trabajando con el fin de que se autorice la exportación a otras empresas españolas productoras de este tipo de lechuga.



- **Apertura del mercado de los EE.UU. para albaricoque y aguacate.** Se está trabajando con el sector con el fin de constituir un “trust fund”, que permita la visita de los inspectores del APHIS, para comprobar las condiciones de cultivo de estos productos en España.
- **También son mencionables las actividades encaminadas a la apertura del mercado de México para las cebollas.** México ha notificado a la Organización Mundial de Comercio (OMC) la propuesta sobre los requisitos fitosanitarios aplicables para la importación de semilla de cebolla originaria de España y procedente de Holanda, los cuales se han determinado como resultado del correspondiente análisis de riesgo de plagas, por lo que en breve se espera acceder a este mercado.
- » **Análisis de las condiciones** vigentes que regulan la importación de productos agrarios y alimentarios en **los países definidos como objetivo.**
- » Durante el año 2014 desde el MINECO (el SOI-VRE) y con la colaboración de varias OFECOMES se ha llevado a cabo una consulta y estudio acerca de los requisitos técnicos que se exigen al aceite de oliva para su comercialización en aquellos mercados que el sector ha identificado como de gran interés. El aceite de oliva es uno de los principales productos agroalimentarios que España exporta al resto del mundo, y en ocasiones no siempre resulta sencillo identificar y conocer claramente los requisitos exigidos. Ello puede provocar a veces problemas por incumplimiento de dichos requisitos, ya sea en frontera o una vez comercializados en destino. Es precisamente por ello, que se ha llevado a cabo esta consulta, para evitar a los exportadores este tipo de incidentes.
- » Con motivo de la prohibición de la Federación Rusa para importar productos provenientes de la UE, en la reunión del Grupo de Trabajo Cárnico del 14 de octubre de 2014 se presentó y consensuó un documento de análisis de las alternativas comerciales en el sector exportador ganadero ante el embargo de Rusia. El documento resume objetivos a corto y medio/largo plazo, como son el trabajo en la apertura y mejora del acceso a ciertos mercados objetivo, en la resolución de los obstáculos y problemas de las empresas en su acceso a mercados en terceros países, y de forma coordinada con ICEX, en actividades de promoción en mercados con demanda creciente y en países en los que se haya identificado un interés. Este documento ha servido también para trasladar a la Comisión Europea los principales intereses, inquietudes y problemas a los que se enfrenta el sector ganadero exportador español en su ejercicio de internacionalización.
- » En el seno de la OMC, el Comité de Obstáculos Técnicos al Comercio se reúne regularmente tres veces al año para garantizar que la aplicación de las normas 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 a través de la Secretaría de Estado de Comercio. Durante el año 2014, 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: control a la importación (Ecuador), inocuidad y etiquetado de bebidas alcohólicas (Rusia, Turquía, Ecuador, Méjico, Tailandia y Kenia), prescripciones de etiquetado nutricional (Ecuador), etiquetado de productos alimenticios preenvasados (Ecuador, Sudáfrica e India), contenido en azúcar, sal y grasa de alimentos procesados (Indonesia), composición nutricional de los alimentos (Chile), registro de empresas de productos lácteos (China), promoción de la alimentación saludable infantil y adolescente (Perú), etiquetado de mercancías (Indonesia), venta y comercialización de bebidas energéticas (Arabia Saudí).
- » Participación activa de la Delegación española, con jefatura de MAGRAMA, en la Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV) en los



trabajos que se vienen realizando para potenciar la presencia internacional de esta organización. Entre ellos, destaca la alineación de criterios con el Codex Alimentarius, con el fin de facilitar el comercio exterior y reducir los obstáculos técnicos al comercio de vinos con los países que no son miembros de la OIV.

- » Participación de la Delegación española en los trabajos que se vienen realizando en el seno del Consejo Oleícola Internacional (COI) para potenciar la presencia internacional de este organismo, procurando atraer a los países eminentemente consumidores. En relación con el COI, el MAGRAMA y MINECO realizan un trabajo técnico de gran importancia, pudiendo destacarse lo relativo a la norma de comercialización internacional, a los métodos de análisis y al futuro del COI.
- » Apertura del mercado de Argentina para la exportación desde España (G/SPS/N/ARG/176): Requisitos fitosanitarios para el ingreso de material de propagación de *Juglans spp.* de origen español.
- » Apertura de mercados en Brasil, para la exportación de proteína hidrolizada de porcino para alimentación animal. Se ha conseguido autorización (pendiente de comunicación definitiva) para el certificado sanitario internacional de exportación de semen de ovino. Se ha obtenido autorización de certificado sanitario para exportación de camélidos. Avanzan las negociaciones para productos vegetales (pendientes de ARPs) de mayor interés para España, de acuerdo con el Grupo de Trabajo de Frutas y Hortalizas. Estos productos son: fresas, plantas de fresa, semillas de berenjena, rábano y sandía. Continúan las negociaciones para la apertura de los mercados de carne y productos cárnicos de conejo; miel y productos derivados de la apicultura; hemoderivados de origen porcino para alimentación animal y embriones de ovinos, entre otros.
- » Apertura del mercado de México para la exportación desde España de los siguientes productos:

semilla de cebolla, abono con contenido animal, aceite de pescado para la alimentación animal, aves mascotas (canoras, de ornato y rapaces), embriones de bovino, équidos (para reproducción, deporte, exhibición y trabajo), peces vivos y sus gametos, productos biológicos estimulantes del sistema inmune, semen bovino, equino y porcino.

- » Acuerdo de Asociación entre la UE y Centroamérica. Entró en vigor al final de 2013. En 2014 se ha empezado a desarrollar dicho acuerdo en sus aspectos técnicos, para posibilitar una relación más estrecha entre ambas regiones y promover el aumento de los flujos de comercio.
- » Actuaciones de las Consejerías del MAGRAMA en el exterior, ante las autoridades sanitarias de los países terceros, para liberar partidas de productos agroalimentarios retenidas en las aduanas por diversos motivos, procedentes de España. Las gestiones realizadas en 2014 dieron un resultado favorable en muchos países; destaca la Consejería de México, que obtuvo resultados positivos en todos los casos. Esta es una gestión muy valorada por las empresas porque evita la pérdida de mercancía, pagos extra, pérdida de mercados, etc.
- » **Proyecto Línea abierta para eliminación de barreras.** Este proyecto 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 españolas. 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.
- » Entre las actividades de las asociaciones sectoriales en el campo de eliminación de barreras comerciales es reseñable que en el marco del Grupo de Trabajo de Frutas y Hortalizas del GTISA se ha trabajado en la apertura del mercado de Estados Unidos. Para ello, FEPEX ha firmado un acuerdo

de Cooperación con el APHIS y ha constituido un Trust Fund que permitirá el acceso al mercado de EEUU de albaricoque y aguacate. El acuerdo incluye un programa de trabajo anual de inspección específico por producto y un plan financiero que cubre todos los costes e incidencias relacionados con los programas de inspección de los funcionarios del APHIS en España.

APHIS exige que determinados productos importados desde España sean inspeccionados por sus inspectores con el fin de eliminar el riesgo de introducción de plagas en Estados Unidos, protegiendo así sus producciones agrícolas. Los albaricoques y aguacates procedentes de España y con destino a EEUU han debido ser cultivados siguiendo los planes específicos, previamente aprobados, para la exportación de frutos frescos de estos productos cultivados en la España Peninsular. Cada envío se acompañará de un certificado fitosanitario emitido por el MAGRAMA conteniendo una declaración adicional que indica que el envío está libre de determinadas plagas.

Por parte de la FEV, se ha colaborado con la patronal del vino europeo (CEEV) en el Grupo de Trabajo del vino y bebidas espirituosas del Market Access Advisory Committee (MAAC) de la Comisión Europea. Además, el secretario general de la FEV preside el Comité DROCON (Derecho e información al consumidor) de la OIV.

## 4. 2 Defensa 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.*

» En esta línea de acción cabe destacar el cierre en marzo de 2014 de los procedimientos antidumping y antisubvención de China contra las importaciones de vino procedente de la UE. Estos procedimientos, que fueron iniciados en julio de 2013, concluyeron tras la retirada de las correspondientes quejas interpuestas.

La retirada de ambas quejas se produjo como consecuencia de un proceso de diálogo entre los sectores del vino europeo y chino que tuvo como fruto un Memorandum of Understanding (MoU o Memorando de Entendimiento) en el que la parte europea asumía determinados compromisos de asistencia técnica a la parte china por un periodo de 2 años.

La estrecha cooperación de la Secretaría de Estado de Comercio con la Comisión Europea y el resto de administraciones implicadas así como la alta participación de las empresas del sector fueron fundamentales para conseguir el acuerdo logrado sin imposición alguna de medidas de defensa comercial.

» Una vez concluidas las investigaciones, durante el 2014 se ha ido llevando un seguimiento general de la puesta en práctica del Memorando de Entendimiento gracias al cual las exportaciones de vino español han podido seguir realizándose sin penalización alguna.

» Por parte del MAGRAMA se ha participado en las reuniones del Foro de Alto Nivel para un mejor funcionamiento de la cadena alimentaria (HLF) así como en grupos Sherpa de preparación del HLF.

» En cuanto a la actividad de asociaciones sectoriales, AILIMPO durante 2014 ha llevado a cabo una coordinación del proceso de oposición de las industrias del aceite esencial de limón en relación con la solicitud de suspensión arancelaria en la UE presentada por Irlanda a propuesta de una multinacional.

### 4.3 Defensa de los derechos de propiedad intelectual.

- *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.*

La SEC ha llevado a cabo durante 2014 un seguimiento de las negociaciones comerciales llevadas a cabo por la UE en lo relativo a indicaciones geográficas: China (Acuerdos de protección de Indicaciones Geográficas), Vietnam, Japón, Marruecos... En la mayoría de casos se establece una lista de indicaciones geográficas a proteger en el país tercero y se elabora un plan para resolver los posibles problemas con marcas comerciales preexistentes, estatus de semigenéricos, etc.

### 4.4 Acuerdos con países terceros.

- *Potenciar la firma con terceros países de acuerdos de reconocimiento mutuo en materia de exportación.*
- *Oferta de servicios de la Red de Laboratorios para certificación de requisitos de exportación.*

» En este ámbito, durante 2014 ha sido una prioridad para la SEC los trabajos elaborados en el marco de las negociaciones comerciales con EEUU para llegar a un acuerdo comercial con este país en el seno de la UE, el llamado TTIP. Así, la SEC ha participado activamente en las negociaciones y ha hecho un ejercicio de transparencia e información a la sociedad y sectores interesados en el acuerdo.

» 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.

» Durante 2013 y hasta junio 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.

Todos estos laboratorios vienen prestando servicio a las empresas exportadoras, para garantizar la calidad de sus productos y mantener su atractivo frente a sus competidores. 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. Un ejemplo es el caso del reconocimiento de análisis realizados en aceites de oliva con destino Brasil o Taiwán.



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

GTISA 2014



GOBIERNO  
DE ESPAÑA