

Plan de Acción
para la Internacionalización
2021/2022.
Prioridades geográficas y
sectoriales

Comentario de Juan A. Sanchis Llopis
Universitat de València - ERICES

Plan de acción para la internacionalización – Plan de recuperación, transformación y resiliencia:

El objetivo del plan es analizar de forma detallada las prioridades geográficas y sectoriales (basado en oportunidades de distintos mercados y las fortalezas mostradas por distintos sectores españoles)

- Considero que es un planteamiento muy completo y ambicioso, ya que permitirá dirigir la política comercial de forma selectiva y precisa, con mayor capacidad de reacción

- El plan está siendo revisado debido al impacto de la pandemia (efectos transitorios y permanentes) en su planteamiento inicial

- El plan se elabora a partir de la combinación de varias herramientas tradicionales (modelos de gravedad o similares) y de herramientas de visión prospectiva (análisis DELPHI) (esto conecta con la idea de la modelización aplicada al comercio y el big data)
- Esta combinación de planteamientos, permite identificar de manera más precisa los sectores-países prioritarios
- Además, y esto es fundamental, ya que aumenta la capacidad y velocidad de respuesta (en un mundo con acceso global e inmediato a los datos, estas herramientas se convierten en estratégicas para poder reaccionar)

Comentarios:

1. Es importante disponer de esta herramienta de forma que se puedan actualizar los **datos** (lo más recientes posible, lo más desagregados posible) de manera que se puedan detectar los cambios experimentados en determinados mercados/sectores, lo que facilitará la capacidad de reacción ([big data y modelos aplicados al comercio](#))
2. Es fundamental que la herramienta pueda predecir **distintos escenarios** con la información prospectiva. Por ejemplo, es muy valiosa la información relativa a sectores estratégicos como pueden ser ahora mismo el [sector sanitario](#), la producción de vacunas, el impacto de la digitalización experimentada por determinados sectores, o cambios relevantes relacionados con el Brexit (controles sanitarios, trámites,...), o con la política comercial USA-China, así como la [sostenibilidad o el medio ambiente](#)

Comentarios (cont.):

3. La herramienta debería poder detectar las **barreras/obstáculos en destino** o los **impedimentos en origen** que minan la competitividad de las empresas españolas y obstaculizan la capacidad de aumentar las exportaciones en mercados con oportunidades latentes (conclusión del estudio de Minondo y de Lucio) (acuerdos comerciales, barreras comerciales, ...)
4. En la herramienta (y en el análisis) faltaría un elemento fundamental. Detrás de los sectores y los productos están las **empresas**. Por tanto, a la hora de poder diseñar las políticas comerciales sería importante conocer las fortalezas y/o debilidades de las empresas (tamaño, si forman parte de CGV, innovación, restricciones financieras, etc.) (esto permitiría adaptar los instrumentos de apoyo a la internacionalización a las empresas en función de sus características, especialmente PyMes)

Comentarios (cont.):

5. La **granularidad** en la información es crucial para identificar las oportunidades (en los binomios país-sector) pero también es necesaria para acertar en el diseño de las políticas para las empresas (**big data**)
6. Una **herramienta dinámica** (retroalimentación de datos actualizados así como información prospectiva) permitiría el análisis **retrospectivo** (análisis de resiliencia, nuevos mercados y oportunidades, evolución temporal, etc...) y también el análisis **prospectivo** (incorporando en la herramienta toda la información nueva que aparezca, shocks, etc..)
7. La herramienta será válida siempre que se pueda retroalimentar la información en tiempo real