

**iCEX**

**PLAN**

Alto Impacto en competitividad

## ÍNDICE

 **RESUMEN EJECUTIVO**

 **CONTEXTO**

 **RESPUESTA ICEX DE ALTO**

**IMPACTO EN COMPETITIVIDAD**

- Agilidad e inteligencia en un tiempo convulso e incierto
- Aprovechar la oportunidad en competitividad y resiliencia

## ↳ RESUMEN EJECUTIVO

**El Plan de ICEX ‘Alto impacto en competitividad’** forma parte del Plan de Respuesta y Relanzamiento con el que el Gobierno de España está haciendo frente a las disrupciones del comercio global derivadas de la política arancelaria de la Administración estadounidense.

Una respuesta que cuenta con una primera capa de medidas que actúan como red de seguridad para empresas y trabajadores, y una segunda con visión de medio plazo para reforzar la resiliencia de nuestro tejido productivo e impulsar su competitividad.

**El Plan de ICEX ha sido diseñado en colaboración y complementariedad** con las comunidades autónomas, ofreciendo inteligencia comercial en el corto plazo para que las empresas españolas afiancen sus posiciones en EE.UU., busquen mercados alternativos y puedan adaptarse al contexto cambiante; y promoviendo medidas de medio y largo plazo que redunden en una mejora de su competitividad.

1. **ICEX500:** apoyo personalizado a las 500 primeras empresas exportadoras, que representan el 77% del total de exportaciones de mercancías a EE.UU. y operan en los principales sectores de exportación.

2. **Plan de Atención Personalizada a las filiales** de empresas españolas en EE.UU. y en terceros mercados.

3. **En contacto:** incremento de la información y la producción documental en distintos formatos sobre inteligencia comercial y de mercado, y programación de jornadas y conferencias informativas, con el Foro ICEX de julio como gran ágora de conversación con las empresas.

4. **Nuevo posicionamiento de país:** en el medio plazo, es imprescindible reforzar el posicionamiento de marca en segmentos de mayor valor y, para ello, ICEX lanzará una estrategia, incluyendo una marca, para identificar España con la excelencia y la promocionará internacionalmente.

5. **Programas para favorecer el crecimiento de las empresas** y robustecer su capacidad de internacionalizarse y de hacer frente a perturbaciones del mercado global: se pondrán en marcha programas dirigidos a impulsar el crecimiento de los tres tamaños de empresas: tamaño intermedio mediante la innovación abierta; pymes, mediante la obtención de *rating*; y *startups* mediante su aceleración.

6. **Programa Marca & Innovación:** para favorecer la inversión en intangibles también por parte de las empresas, sobre todo las pymes, se capacitará a CEOs de compañías españolas en la gestión de este tipo de activos.

7. **Servicio personalizado de búsqueda de proveedores** para apoyar a las empresas con estrategias de racionalización y acortamiento de las cadenas de valor (*friendshoring* y *nearshoring*) y facilitar la inserción de las pymes españolas como proveedores en las cadenas de valor.

8. **Source from Spain:** programa para conectar inversores extranjeros con los ecosistemas nacionales de proveedores.

9. **Programa AFIN** sobre instrumentos públicos para la internacionalización, clave para mejorar la competitividad exterior de las empresas.

10. Para **facilitar el talento necesario para afrontar con garantías los procesos de internacionalización**, se generará una red de alianzas con universidades y escuelas de negocio para la provisión de conocimiento especializado, se incrementarán los becarios ICEX destinados en pymes y en el exterior, y se enviará a 350 jóvenes ICEX VIVES a hacer prácticas en diferentes mercados internacionales. Asimismo, se trabajará en nuevos programas de talento senior.

## ↘ CONTEXTO

**En las últimas cuatro décadas, el sector exterior español ha evolucionado de manera muy positiva:** es superatavario desde 2011 y además, a precios corrientes, las exportaciones de bienes y servicios superaron el 37% del PIB en 2024, cuando apenas ascendía al 25% antes de la crisis financiera de 2008. Un peso inusual en un país del tamaño de España y muy superior al de Reino Unido (33%), Italia (28%) y Francia (20%).

Adicionalmente, gracias a las reformas de los últimos años y a un cambio cultural, las empresas conciben ahora la internacionalización como una apuesta estratégica que las hace más resilientes y no como un salvavidas durante las crisis.

Hoy existen más exportadores (cerca de 70.000) y exportadores regulares (casi 40.000), que cada vez tienen mayor tamaño. Además, a pesar de la emergencia de nuevos actores, fundamentalmente asiáticos, España consigue mantener cuota de mercado mundial de bienes, e incrementarla en la UE, mientras la de otros socios comerciales cae. Algo que apunta a una sofisticación de nuestras exportaciones, que ya no compiten tanto en precio.

Por otra parte, las exportaciones de servicios no turísticos superan los ingresos por exportaciones de servicios turísticos, que a su vez están marcando récords, lo que demuestra la profunda transformación económica operada en España.

**Sin embargo, el sector exterior español se enfrenta a retos complejos:**

**En primer lugar, el reducido tamaño de las empresas** exportadoras: en torno al 98% son pymes y el 75% son micropymes, lo que les resta competitividad y limita su potencial exportador.

**En segundo lugar, el todavía moderado contenido tecnológico** de nuestras exportaciones: aunque más de la mitad de las exportaciones españolas de manufacturas son de contenido tecnológico medio-alto, el peso de los productos de alta tecnología sigue siendo menor que en otras economías avanzadas.

**También la insuficiente inversión en activos intangibles** y diferenciadores, como la marca, el talento, la reputación o la innovación, cruciales en el medio plazo para mantener cuotas de mercado y abrir nuevos destinos de exportación: España invierte en intangibles un 7,8% del PIB (vs. 15,29% de Suecia, 14,7% de Francia o 12,3% de Reino Unido) y estos activos son un 36% del valor de la empresa (vs. 73% de EE.UU. o 76% de Dinamarca).

**Y, por último, el escaso uso de los instrumentos de financiación pública** para la internacionalización: el volumen de financiación con apoyo oficial a medio y largo plazo representa alrededor del 1,6% de las exportaciones de mercancías españolas, frente al 3% de media de la OCDE.

Por otra parte, la política arancelaria recientemente anunciada por el Gobierno de Estados Unidos fragmenta el comercio internacional y ha desencadenado un shock de oferta, situando la competitividad en el centro del debate económico para hacer frente al incremento de los

costes de producción y a la alteración de los patrones tradicionales de comercio y otras distorsiones de los flujos comerciales.

En este contexto, las exportaciones españolas, pese a estar menos expuestas a nivel agregado que las de otros socios de la UE, sufrirán una mayor presión sobre su competitividad. Debemos aprovechar esta oportunidad para poner el foco en elementos de competitividad, además de apostar por la diversificación de mercados y por consolidar sectores donde España destaca.

Frente a esta imposición generalizada de aranceles, que provoca una perturbación de oferta, el Plan de ICEX se enmarca en una respuesta más amplia, que empieza con una primera capa de medidas que actúan como red de seguridad para empresas y trabajadores, y una segunda con visión de medio plazo para reforzar la resiliencia de nuestro tejido productivo e impulsar la competitividad.

Preguntadas mediante una encuesta de ICEX por sus necesidades en esta coyuntura, las empresas exportadoras españolas apuntan que ésta no es una situación pasajera, sino estructural y reclaman información y apoyo para buscar nuevos clientes.

Partiendo de ese diagnóstico, compartido por las CC.AA., el Plan de ICEX busca incrementar la competitividad de las empresas para afianzar posiciones en EE.UU., diversificar mercados y reposicionarnos en valor y marca.

## ↘ RESPUESTA DE ICEX: ALTO IMPACTO EN COMPETITIVIDAD

ICEX ha elaborado, en colaboración con las comunidades autónomas, un plan de acción que parte de un **diagnóstico común** sobre los ámbitos prioritarios de actuación y que se apalanca en la **complementariedad de acciones** para orientar todo el apoyo público en beneficio de las empresas<sup>1</sup>.

**Así, se pondrán en marcha dos líneas de actuación:** una inmediata, para abordar con agilidad la necesidad de información e inteligencia comercial, y otra en el medio y largo plazo, con foco en los factores fundamentales para la competitividad empresarial en los mercados internacionales.

Tanto para la puesta en marcha como para la difusión de todas estas medidas, ICEX se apoyará en la red de alianzas estratégicas de la que dispone, que incluye a las comunidades autónomas, las asociaciones sectoriales, la Cámara de España, la CEOE y otros organismos, con el ánimo de promover la colaboración público-privada.

### ▶ **AGILIDAD E INTELIGENCIA EN UN TIEMPO CONVULSO E INCIERTO**

**1. ICEX500:** Plan de atención personalizada para las 500 empresas con mayor volumen de exportación de mercancías a EE.UU., que representan el 77% del total de exportaciones de mercancías a dicho país y operan

<sup>1</sup> Las diferentes medidas e instrumentos puestos en marcha por los gobiernos autonómicos se resumen en el anexo de este documento.

en los principales sectores de exportación (agroalimentario, automoción, moda y cosmética, mobiliario, química y farmacia, materiales de construcción, etc).

Así, se les dará seguimiento periódico, con el objetivo de escuchar sus planteamientos y necesidades, y actuar en tres posibles ejes, según sus necesidades:

- **Revisión individualizada del plan de internacionalización** en función de contexto, prioridades y retos específicos (tamaño, divesificación de mercados, intangibles, insularidad, etc.).
- **Posibilidades de reducción de costes a través de un asesoramiento personalizado** sobre los instrumentos públicos de financiación de la internacionalización.
- **Información de mercados alternativos idóneos**, aprovechando la cercanía cultural y lingüística, los acuerdos comerciales con Mercosur o México, el potencial del mercado único europeo y las oportunidades de otros mercados menos explorados hasta ahora como Canadá o Australia.

**2. Plan de Atención Personalizada a las filiales de empresas españolas en EE.UU. y terceros mercados**, a las que también afecta la incertidumbre, para escuchar sus planteamientos y necesidades y orientarlas hacia las soluciones y apoyos más adecuados. Se realizará con el apoyo de las Oficinas Económicas y Comerciales en Estados Unidos e incluirá también reuniones de trabajo en diversas demarcaciones para poner en común entre las empresas los retos a los que se enfrentan.

**3. En contacto:** para proveer a las empresas de información relevante y adaptada a sus necesidades de la manera más ágil posible se programarán jornadas y conferencias semanales, se incrementará la producción documental sobre acceso a diferentes mercados (que ya ha crecido un 15% en 2024), en diferentes formatos; y se reducirán de los tiempos de consultas realizadas a ICEX a un máximo de 24 horas.

**Para fomentar la generación de una conversación más amplia,** que involucre a todo el ecosistema exportador español, se organizará el Foro ICEX como punto de encuentro donde enriquecer el diálogo sobre las herramientas y estrategias más apropiadas a seguir a futuro. En 2025, se organizarán más de 500 reuniones bilaterales con 75 expertos y 53 consejeros de 40 países con el fin de que las empresas puedan conocer de primera mano mercados alternativos.

## ▶ **APROVECHAR LA OPORTUNIDAD PARA AVANZAR EN COMPETITIVIDAD Y RESILIENCIA**

En el medio y largo plazo, se debe aprovechar la oportunidad que también generan los retos actuales para fortalecer la competitividad de las empresas españolas. Para ello, ICEX contribuirá a atajar los problemas específicos que enfrentan las empresas -especialmente las pymes- con respecto a su competitividad al abordar la internacionalización. Se tendrán en cuenta otras circunstancias concretas como la insularidad, que vienen a agravar estos problemas.

**4. Nuevo posicionamiento país:** para minimizar el impacto de la escalada arancelaria y ser más competitivos debemos posicionar España y las exportaciones españolas en segmentos altos de valor, donde la propensión al consumo se ve menos impactada por variaciones de precio. Para ello, ICEX trabajará una nueva estrategia que identifique España

(sus empresas, su tecnología, su talento) con la excelencia, la sofisticación, la innovación. Dicha estrategia incluirá una nueva marca y una ambiciosa campaña de posicionamiento de la imagen de España y de nuestros ecosistemas en mercados internacionales clave, en estrecha colaboración con otros organismos de la Administración Pública. Este esfuerzo se complementará con otras iniciativas de posicionamiento, en EE.UU. y en otros mercados alternativos.

**5. Programas para favorecer el crecimiento de las empresas.** Dado que el reducido tamaño de nuestras empresas las hace más vulnerables a los cambios en las condiciones comerciales globales (por ejemplo, a los aranceles), ICEX trabajará en tres programas para favorecer su crecimiento:

- Uno destinado a que **200 empresas de tamaño intermedio** (ETI) participen cada año en programas de crecimiento e innovación abierta.
- Una segunda que permitirá a **700 pymes cada año recibir calificación** (*rating oficial*) y asesoramiento personalizado en la gestión de intangibles.
- Y un tercero que facilitará que **200 STARtups cada año aceleren su crecimiento** mediante mentorías y la mejora de su acceso a financiación internacional y a la financiación pública a través de un nuevo comité de capital riesgo.

**6. Programa Marca & Innovación para capacitar** a más de 250 CEOs al año en cuestiones de diferenciación corporativa, clave para la competitividad empresarial. Se pondrá énfasis en las pymes y un foco especial en los sectores con mayor margen para la inversión en intangibles, como el agroalimentario, y en otros que puedan verse más afectados por las tensiones arancelarias.

7. La necesidad de acortar, reforzar y diversificar las cadenas de valor es otro elemento fundamental para garantizar la competitividad empresarial y hacer frente a los incrementos en los costes del transporte; y también es una oportunidad para muchas pymes, que en el medio plazo pueden internacionalizarse accediendo a esas cadenas de valor. Para atender a ambos, ICEX pondrá en marcha un nuevo **servicio personalizado de búsqueda de proveedores** para las empresas que quieran reubicar sus centros de producción a mercados más cercanos.

8. **Source From Spain:** nuevo programa ICEX-Invest in Spain para incentivar la conexión entre inversores extranjeros y el ecosistema español de proveedores (fundamentalmente, pymes) para que se inserte en las cadenas de valor internacionales, promoviendo su internacionalización y aprovechando la ventaja de nuestro país como plataforma global. El objetivo será promover este programa entre 100 compañías de capital extranjero a lo largo de los próximos doce meses.

9. **Impulso de los instrumentos de financiación de la internacionalización:** reforzando el **servicio de Asesoría Financiera (AFIN)** para, proactivamente, originar proyectos susceptibles de ser financiados con instrumentos públicos para la internacionalización mediante la mejora de su conocimiento por las empresas, en especial las pymes; el desarrollo de una ventanilla común de entrada de proyectos, la asesoría especializada y personalizada, y la detección de necesidades de reforma de los instrumentos.

10. **Actuaciones en materia de talento para la internacionalización:**

- Refuerzo de la provisión de conocimiento en materia de internacionalización a través de una red de alianzas con universidades y escuelas de negocio.
- Incremento del 10% de los becarios ICEX destinados en pymes y en el exterior, posibilitando más plazas en Estados Unidos o en mercados alternativos de interés para las empresas por razones lingüísticas o culturales, entre otras.
- El Programa ICEX VIVES 2026 alcanzará los 350 jóvenes realizando sus prácticas en la sede de empresas españolas en diferentes mercados internacionales.
- Puesta en marcha de nuevos programas de talento senior en internacionalización.

## DETALLE DE LAS MEDIDAS POR CC.AA.

### **ANDALUCÍA (ANDALUCÍA TRADE)**

#### Monitorización

Monitorización de sectores y empresas más afectadas por los aranceles a través de comisiones de seguimiento.

#### Información y acompañamiento

Refuerzo de la colaboración y coordinación con ICEX.

#### Diversificación de mercados

Refuerzo de acciones comerciales de los sectores afectados por los aranceles en mercados alternativos.

Mayor difusión de los servicios ofrecidos a las empresas andaluzas actualmente en el ámbito de la consultoría (asesoría legal, inteligencia comercial, marketplaces).

Refuerzo de la participación institucional en acciones internacionales.

#### Financiación

Línea de ayudas a la internacionalización de las pymes andaluzas (11 millones de euros). Pendiente de convocar.

Incentivos e instrumentos financieros (615,4 millones de euros). ([www.andaluciatrade.es](http://www.andaluciatrade.es))

Financiación bancaria en condiciones competitivas (2.600 millones de euros). ([www.andaluciatrade.es](http://www.andaluciatrade.es))

## ARAGÓN (AREX)

### Monitorización

Diálogo con agentes sociales y *clusters* para una estrategia conjunta.

Puesta en marcha del Consejo Asesor para la Internacionalización de las Empresas Aragonesas (no se ha convocado en la última década).

### Información y acompañamiento

Creación de una oficina de información sobre aranceles como único punto de contacto para las empresas afectadas y que ponga el foco en la búsqueda de mercados alternativos, el apoyo a misiones comerciales y agenda de negocio en nuevos destinos, y el refuerzo de la red de Aragón Exterior.

Puesta en marcha de un espacio telemático específico en la web de Aragón Exterior para poder atender a las empresas afectadas por los aranceles anunciados en Estados Unidos.

### Diversificación de mercados

Inversión de 9,8 millones de euros para la promoción del vino aragonés (2 millones más que en 2024 y 2,3 más que en 2023), con un aumento de más del 300% de fondos propios destinados a este fin. Se incluye como novedad una partida específica de 500.000 euros que se distribuirá entre los Consejos Reguladores.

El Gobierno de Aragón destinará 1.750.000 euros a acciones de promoción para los Consejos Reguladores de Aragón. El sector del vino recibirá un total de 873.000 euros, lo que supone el 50% de la totalidad de esa ayuda.

### Promoción de marca

Campañas de promoción de los sectores afectados en terceros países, poniendo especial énfasis en ferias, encuentros y eventos de impacto nacional e internacional.

### Financiación

Líneas de financiación para exportaciones con condiciones bonificadas que cubran los costes derivados de los aranceles y también permitan promocionar sus productos en nuevos mercados (1 millón de euros).

Líneas de avales bonificadas para financiación a empresas exportadoras afectadas por la crisis arancelaria. Pendiente de evaluar el presupuesto destinado a tal fin por parte de Avalia.

Líneas específicas para eficiencia energética que ayudarían a las empresas a reducir sus costes estructurales, con el objetivo de aumentar su competitividad internacional en el periodo 2025/2026. Pendiente de fijar cuantía presupuestaria.

## **Principado de Asturias (Asturex)**

### Monitorización

Monitorización de la situación de las empresas y actualización del estado al Gobierno asturiano y a los sectores empresariales.

### Información y acompañamiento

Asesoría desde la Oficina de Atención a las Empresas, con el apoyo de las cámaras de comercio. Estas entidades asesorarán a las firmas asturianas, por ejemplo, sobre los diferentes escenarios económicos, el impacto de las nuevas tarifas, la exploración de nuevos mercados y la

elaboración de planes de contingencia.

### Diversificación de mercados

Dotación extraordinaria de 300.000 euros para Asturex. El 10% del presupuesto anual de la empresa pública se destinará a fomentar la apertura de nuevos mercados e impulsar las relaciones comerciales con Mercosur y el Sureste Asiático. Con este fin, se programarán misiones comerciales durante el segundo semestre de este año y el primero del próximo.

### Financiación

Línea de asistencia financiera a través de Asturgar, dotada con 7 millones de euros. Los fondos se dedicarán a actuaciones vinculadas con la diversificación de mercados y la internacionalización.

Línea de préstamo por un máximo de 10 millones de euros. Se reorientarán fondos de distintas partidas para financiar proyectos de diversificación de mercados e internacionalización.

Ayudas directas para mejorar la competitividad y la búsqueda de nuevos mercados. Este paquete, ya previsto en el presupuesto de la Agencia Sekuens para este año, incluye varias líneas:

- Convocatoria para proyectos tractores de inversión y diversificación de grandes empresas, financiada con 5.868.238 euros del Fondo de Transición Justa (FTJ).
- Convocatoria para proyectos de inversión y diversificación de pymes, financiada también por el FTJ y con un presupuesto de 2.685.882 euros.
- Convocatoria de ayudas a empresas para la promoción interna-

cional, dotada con 1 millón de euros.

## **ILLES BALEARS (ADR BALEARS)**

### Monitorización

Lanzamiento de encuesta a empresas, sectores y asociaciones. Convocatoria extraordinaria de la mesa de internacionalización.

### Diversificación de mercados

500.000 euros para organizar misiones comerciales para abrir nuevos mercados (Asia y Latinoamérica).

### Promoción de marca

Inversión extraordinaria de 2 millones de euros en promoción del producto local agroalimentario en Alemania, Francia y Reino Unido.

### Financiación

3,5 millones de euros en ayudas a la competitividad y a la exportación.

## **ISLAS CANARIAS (PROEXCA)**

### Información y acompañamiento

Se reforzará las distintas herramientas de las que dispone PROEXCA para facilitar el acceso de las empresas afectadas, como son los siguientes programas de acompañamiento empresarial: Canarias Aporta, Aporta Islas No Capitalinas y PRE Aporta.

### Diversificación de mercados

Se trabajará en la búsqueda de nuevos mercados y se reforzarán las actuaciones en aquellos en los que las empresas afectadas ya están

operando. En el ámbito de la búsqueda de nuevos mercados, Canarias debe contribuir a posicionarse respecto al resto del Estado como punta de lanza de cara a las estrategias que finalmente se articulen dirigidas a Latam y a África Occidental.

### Financiación

Se trabajará en el ámbito de las RUP (Regiones Ultraperiféricas) de la UE. En este sentido, si bien se considera que no será fácil conseguir este objetivo, teniendo en cuenta las circunstancias y la fragilidad de un territorio fraccionado y lejano, se buscará aumentar el límite establecido de 300.000 euros respecto a las ayudas recibidas por las empresas, recogido en el Reglamento (UE) 2023/2831 de la Comisión, de 13 de diciembre de 2023, relativo a la aplicación de los artículos 107 y 108 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea a las ayudas de minimis, y aumentarlo a 500.000 euros.

## **CATALUNYA (ACCIÓ)**

### Monitorización

Plan de visitas proactivas a las empresas exportadoras regulares y con filiales en los EE.UU. por parte de Acció y entidades de apoyo a la internacionalización.

Página web con información actualizada.

Ciclo de sesiones formativas en aranceles, certificados de origen, gestión de divisas, implantación, etc.

Resolución de consultas a través de la oficina técnica de barreras.

Servicio 'Adaptate a los nuevos EE.UU.': asesoramiento para evaluar el grado de exposición y riesgo de cada empresa y diseño de un plan de

contingencia.

Asesoramiento y proyectos a través de las oficinas de Acció en EE.UU.  
Ampliación de la bonificación del coste de los proyectos.

### Diversificación de mercados

Sesiones de oportunidades de los acuerdos de libre comercio de la UE con Canadá, Mercosur, etc. y oportunidades en otros mercados.

Para las empresas exportadoras regulares a EE.UU. que quieren diversificar mercados les ofrecemos un proyecto gratuito de una de nuestras oficinas exteriores.

### Promoción de marca

Campañas de promoción de Cataluña (captación de inversión) y sectoriales.

### Financiación

Ayudas para la multilocalización (creación de filiales): 9 millones de euros.

Ayudas para la promoción internacional y la digitalización: 8 millones de euros.

Créditos y financiación de proyectos de internacionalización.

## **CANTABRIA (Sodercan)**

### Monitorización

Servicio de vigilancia a empresas: mediante el lanzamiento de una encuesta a las empresas que más exportan a EE.UU. Servicio de asistencia a empresas y resolución de consultas: para ofrecer orientación per-

sonalizada ([www.sodercan.es](http://www.sodercan.es))

### Información y acompañamiento

Foro de cooperación empresarial específico sobre el mercado de EE.UU.

### Financiación

Línea de financiación específica (2,5 millones de euros): tendrá un año de carencia inicial y subsidiará intereses para financiar proyectos de diversificación de mercados e internacionalización para empresas exportadoras a EE.UU.

Programas de ayudas y promoción de la internacionalización (3 millones de euros): para planes de promoción comercial internacional, obtención de certificaciones para entrada en nuevos mercados y contratación de personal especializado en comercio exterior.

Cheque internacionalización USA (150.000 euros): para la contratación de consultoras especializadas en búsqueda de mercados alternativos a EE.UU. o posicionamiento de la empresa en el mercado estadounidense tras la entrada en vigor de los aranceles.

## **CASTILLA Y LEÓN (ICECYL)**

### Información y acompañamiento

Polo de información sobre aranceles: 200.000 euros para crear un centro especializado en normativas y procedimientos internacionales.

### Diversificación de mercados

5 millones de euros para identificar clientes y organizar misiones comerciales en mercados alternativos (UE, Canadá, México, Caribe, Qatar, EAU, etc.).

Anticipos sobre ayudas: 1 millón de euros para adelantar hasta el 50% de ayudas concedidas a proyectos innovadores orientados a mercados internacionales.

### Promoción de marca

Refuerzo de la Red Exterior: 500.000 euros para ampliar la presencia y acciones de promoción en mercados prioritarios. Promoción sectorial: 3,4 millones de euros para acciones específicas en sectores clave:

- Queso castellano (1,5 millones de euros)
- Vinos de Castilla y León (1 millón de euros)
- Automoción (0,9 millones de euros)

### Financiación

1 millón de euros para facilitar liquidez y financiar inversiones y circulante de empresas exportadoras, especialmente para afrontar costes arancelarios.

## **CASTILLA-LA MANCHA (IPEX)**

### Monitorización

Observatorio regional de impacto de los aranceles de Estados Unidos con el objetivo de hacer un seguimiento de los efectos que los aranceles planteados por Estados Unidos tengan en la economía regional ([observatorios.ipex.es/observatorio-usa/](http://observatorios.ipex.es/observatorio-usa/))

### Diversificación de mercados

En proceso.

## **EXTREMADURA**

### Monitorización

Reuniones con empresas afectadas. Se realizarán grupos de trabajo con los sectores más afectados.

### Información y acompañamiento

Se realizan acciones formativas de información específica sobre política arancelaria y sus consecuencias, y se buscará que participen en estudios de mercados actualizados.

### Diversificación de mercados

Actuaciones de promoción dirigidas a otros mercados, por ejemplo, México, Canadá o Asia.

### Promoción de marca

Se desarrollan actividades de promoción en diversos países de los sectores más representativos, como el agroalimentario.

Se buscará el reconocimiento de la imagen de marca.

### Financiación

Se están diseñando instrumentos tales como préstamos o líneas de ayudas específicas.

## **GALICIA (IGAPE)**

### Monitorización

Observatorio de vigilancia: oficina de asesoramiento técnico a través de la antena IGAPE en EE.UU., que permita un seguimiento continuo de la situación y atención directa a las empresas para ofrecer una respuesta rápida y eficaz.

### Información y acompañamiento

Webinarios específicos con cada uno de los sectores de la economía gallega y con la antena IGAPE EE.UU. para trasladar información y para escuchar de primera mano a los sectores y sus empresas afectadas.

### Diversificación de mercados

Reacciona Internacionalización: servicio de consultoría especializada en internacionalización para apoyar a las empresas gallegas en la diversificación de mercados y búsqueda de nuevas oportunidades comerciales.

### Promoción de marca

Programa Galicia Exporta Organismos Intermedios: programa que apoya con subvención las acciones sectoriales en mercados internacionales y con la posibilidad de apoyar diferentes conceptos que permiten la promoción sectorial en EE.UU. o en otros, para desarrollar la promoción en la búsqueda de diversificación si fuese necesario.

### Financiación

Línea de préstamos aranceles: línea de préstamos para circulante de

hasta 1 millón de euros, 4 años de carencia y condiciones específicas y ventajosas.

## **LA RIOJA (ADER)**

### Información y acompañamiento

Enterprise Europe Network ([www.ader.es/servicios/enterprise-europe-network](http://www.ader.es/servicios/enterprise-europe-network)).

### Promoción de marca

Convenios de colaboración con asociaciones para promover actuaciones de fomento de la internacionalización. Por ejemplo, convenios con la Federación de empresarios o el Consejo de Promoción de la Agricultura Ecológica.

Actuaciones subvencionadas: misión inversa vino, feria online productos ecológicos, actuaciones de promoción del vino, misión inversa alimentos.

Distintos porcentajes de ayuda.

### Financiación

Programa estratégico de comercio exterior ([www.ader.es/ayudas/ayudas-por-areas/internacionalizacion/pec-programaestrategico-de-comercio-exterior](http://www.ader.es/ayudas/ayudas-por-areas/internacionalizacion/pec-programaestrategico-de-comercio-exterior)).

Subvención a fondo perdido; concesión directa.

Beneficios: 50% (habitualmente el porcentaje es del 35%; este año,

como respuesta al reto que supone la nueva situación ante los aranceles de EE.UU., se ha incrementado hasta el 50%).

Actuaciones subvencionables:

- Exposición en ferias fuera del territorio español.
- Ferias de carácter internacional en territorio nacional.
- Registro de marcas en el extranjero.
- Visitas a ferias en el exterior.
- Misiones comerciales presenciales o virtuales.
- Viajes de prospección comercial.
- Publicidad en medios de comunicación no nacionales.
- Asesoramiento externo especializado en comercio exterior.
- Asesoramiento externo para el diseño de material promocional.
- Asesoramiento externo para el diseño de material promocional informativo para fines publicitarios.
- Asesoramiento externo para la realización de la imagen corporativa y el desarrollo del manual de la imagen corporativa de la empresa.
- Asesoramiento externo para la realización de diseño de envase y/o embalaje.
- Páginas web que cumplan los criterios de accesibilidad.

FIE - Financia entidad colaboradora ([www.ader.es/ayudas/ayudas-por-areas/financiacion/fie-financia-entidad-colaboradora](http://www.ader.es/ayudas/ayudas-por-areas/financiacion/fie-financia-entidad-colaboradora)).

## **COMUNIDAD DE MADRID (VUI)**

### Monitorización

Refuerzo de la colaboración con ICEX y otros organismos como Cámara de Comercio de España, CEOE, Cámara de Madrid, etc., apoyar a las empresas afectadas por las nuevas medidas arancelarias. Apoyo a la internacionalización mediante bonificación en línea de avales. Reuniones inmediatas a petición de empresas por DG de Economía, VUI, Avalmadrid e Invest in Madrid.

### Información y acompañamiento

Servicio de identificación de barreras arancelarias y paraarancelarias para las empresas. Asesoramiento personalizado en la búsqueda de la partida arancelaria de los productos de las empresas y certificaciones correspondientes a su exportación a EE.UU.

### Diversificación de mercados

Apoyo a las empresas en la identificación de mercados alternativos ofreciendo información estadística sobre importaciones e importadores de países terceros correspondientes a sus partidas arancelarias.

### Promoción de marca

Intensificación de actividades de promoción en terceros países con especial relevancia en Asia, Canadá, México y Oriente Medio. Apoyo a empresas para su participación ferias internacionales en EE.UU. (Select USA Washington, Emerge 2025 Miami, RSA Conference 2025).

Impulso de la Marca Madrid con presencia en mercados internacionales alternativos al estadounidense a través de la participación de Invest in Madrid en foros internacionales y misiones específicas.

### Financiación

Desde la VUI se refuerza el servicio de asesoramiento para dar a conocer los instrumentos de financiación que ya existen a disposición de las empresas para su internacionalización (CESCE, Cofides...) y de las líneas financiera internacionales de Avalmadrid.

Lanzamiento línea de apoyo Avalmadrid mediante bonificación del 50% en la comisión del aval, facilitando así el acceso a la financiación y fortaleciendo la capacidad de adaptación financiera de las empresas en un contexto de incertidumbre en el comercio internacional. Dirigido especialmente a pymes madrileñas de sectores estratégicos para la economía madrileña tales como industria agroalimentaria, el sector de la automoción y de productos manufacturados.

## **REGIÓN DE MURCIA (INFO MURCIA)**

### Monitorización

Observatorio de internacionalización ([www.institutofomentomurcia.es/web/portal/internacionalizacion](http://www.institutofomentomurcia.es/web/portal/internacionalizacion)).

### Información y acompañamiento

Estudio de diversificación de productos exportados a Estados Unidos. El objetivo de este estudio es constituirse en un radar que haga prospección pormenorizada, no sólo de las exportaciones al país norteamericano, sino de los mercados internacionales, poniendo el foco en el producto, para identificar qué otros países están importando este tipo de productos de cualquier parte del mundo y así crear un portfolio de potenciales desti-

nos. Estudio del posible impacto de los productos exportados por China a EE.UU. que se podrían ver afectados por los aranceles ([www.institutofomentomurcia.es/documentacion-y-publicaciones?c=3905895](http://www.institutofomentomurcia.es/documentacion-y-publicaciones?c=3905895)).

Herramientas digitales para la localización de mercados. Diagnóstico exportador y selector de Mercados ([www.institutofomentomurcia.es/web/portal/autodiagnostico-exportador](http://www.institutofomentomurcia.es/web/portal/autodiagnostico-exportador)).

Jornadas Mercados ([www.institutofomentomurcia.es/web/portal/jornadas-y-talleres](http://www.institutofomentomurcia.es/web/portal/jornadas-y-talleres)).

### Diversificación de mercados

Encuentros bilaterales con los promotores de negocios de los países seleccionados. Partiendo del estudio anterior, se está realizando una selección de los productos potencialmente más afectados. A partir de esa selección, se organizarán sesiones de trabajo con los promotores de negocio de potenciales países que sean importadores natos de esos mismos productos, con el objetivo de dar a conocer a los empresarios de la Región las principales características de esos mercados alternativos, canales de distribución y cualquier otra información que les permita decidirse a exportar compensando la cuota de mercado que pueda verse afectada por los aranceles que se implanten. Además, se dará a las empresas la oportunidad de mantener encuentros bilaterales con esos promotores para atenderles de forma individualizada, creando una agenda de reuniones ([www.institutofomentomurcia.es/web/portal/red-de-apoyo-en-destino](http://www.institutofomentomurcia.es/web/portal/red-de-apoyo-en-destino)).

Plan de Promoción Exterior. Acciones de promoción comercial. Ferias y Misiones. Planes específicos en mercados con mayor potencial ([www.institutofomentomurcia.es/web/portal/misiones-y-ferias](http://www.institutofomentomurcia.es/web/portal/misiones-y-ferias)).

Planes de promoción sectoriales ([www.institutofomentomurcia.es/web/portal/planes-sectoriales](http://www.institutofomentomurcia.es/web/portal/planes-sectoriales)).

## Promoción de marca

Campañas de comunicación en medios especializados/sectoriales tanto en Estados Unidos como en los países alternativos seleccionados. Otra iniciativa a abordar --teniendo en cuenta que la posible imposición de aranceles encarecerá el precio de venta del producto, pero que se seguirá exportando a EE.UU.-- es ganar la batalla poniendo el acento en la contrastada calidad del producto regional. En este sentido, al objeto de seguir poniendo en valor la calidad, se plantea llevar a cabo campañas de marketing específicas, en medios especializados, tanto en EE.UU. como en aquellos países que se configuren como mercados alternativos, en función del producto ([www.institutofomentomurcia.es/web/portal/planes-sectoriales](http://www.institutofomentomurcia.es/web/portal/planes-sectoriales)).

## Financiación

Cheque Internacionalización para pymes para subvencionar asesoramiento especializado. A partir de esas entrevistas, las empresas regionales que decidan compensar el impacto de los aranceles con la búsqueda de implantación en mercados alternativos, podrán decidir hacerlo en forma individual o con el asesoramiento de expertos. En el segundo de los casos, tendrán a su disposición el cheque de internacionalización, que les ofrece hasta 10.000 euros para la contratación de asesoramiento estratégico y consultoría de mercados para la internacionalización de las empresas (convocatoria ya lanzada).

([www.institutofomentomurcia.es/web/portal/convocatorias-activas/-/agenda/evento/NbG12fh1FKCI/3922445/cheque-internacionalizacion-servicios-de-consultoria-de-mercado](http://www.institutofomentomurcia.es/web/portal/convocatorias-activas/-/agenda/evento/NbG12fh1FKCI/3922445/cheque-internacionalizacion-servicios-de-consultoria-de-mercado))

[www.institutofomentomurcia.es/web/portal/programa-ayudas-internacionalizacion](http://www.institutofomentomurcia.es/web/portal/programa-ayudas-internacionalizacion)).

## **NAVARRA**

### Monitorización

Grupo trabajo Círculo PIN: Gobierno Navarra, ICEX, Cámara, CEN, Sode-na, EEN.

### Información y acompañamiento

Círculo PIN: microsite en la web del Plan Internacional de Navarra.

Encuentros quincenales con empresas afectadas por los aranceles.

Atención a consultas ([www.planinternacionaldenavarra.es/es/aranceles-internacionales](http://www.planinternacionaldenavarra.es/es/aranceles-internacionales)).

### Diversificación de mercados

Programa de servicios personalizados NAEX Destino.

## **PAÍS VASCO (BTI)**

### Monitorización

Observatorio internacional con actualización de la situación arancelaria.

Informes internos en tiempo real de las distintas medidas, contramedidas, impactos y previsiones.

Grupo para la Defensa Industrial, con más de 60 participantes en reunión extraordinaria para valorar los aranceles de la Administración Trump: principales instituciones de Euskadi, así como agentes que componen el tejido económico vasco: *clústeres* industriales, cámaras de comercio,

Elkargi, Confebask, sindicatos y una representación de empresas pertenecientes a los sectores más impactados por los nuevos aranceles.

Ronda de contactos con empresas implantadas en EE.UU. desde la oficina BasqueTrade local ([basquetrade.spri.eus/es](http://basquetrade.spri.eus/es)).

### Información y acompañamiento

Helpdesk: servicio de atención temprana para empresas vascas ante los nuevos aranceles de EE.UU. Respuesta por TARIC, actualización de políticas arancelarias y cambios, etc.

Seminarios monográficos sobre la situación de la política arancelaria global, impactos y medidas en Euskadi.

### Diversificación de mercados

Fortalecimiento del programa de ayudas a la búsqueda de nuevos mercados e internacionalización de las empresas (32 millones de euros).

### Promoción de marca

Programa de ayudas destinadas a empresas del sector agroganadero y vitivinícola (5,5 millones de euros) para paliar el impacto de las medidas arancelarias de EE.UU.

Fortalecimiento del programa NEKAFIN (programa de apoyo financiero para cubrir las necesidades de circulante para la transformación y comercialización de los productos de vino, sidra y cerveza de elaboración artesanal) en colaboración con el Instituto Vasco de Finanzas (25 millones de euros).

### Financiación

Activación de un plan extraordinario de avales directos y financiación en

colaboración con Elkargi y las entidades financieras vascas (450 millones de euros).

Impulso de la Alianza Financiera Vasca (1.000 millones de euros).

Incremento de la línea de apoyo a la industria, especialmente a la relacionada con el desarrollo de productos de valor añadido, e I+D+i (533 millones de euros).

## **COMUNITAT VALENCIANA (IVACE)**

### Monitorización

Puesta en marcha de una mesa sectorial para identificar problemática y necesidades. Reunión con las asociaciones sectoriales afectadas para conocer el impacto de las posibles medidas arancelarias y consensuar posibles medidas dirigidas a paliar dichos efectos.

Reunión de la Presidencia de la Generalitat con empresas de la Comunitat implantadas en Estados Unidos con el mismo objetivo.

Cuestionario a asociaciones sectoriales para definir un mapa de necesidades.

Misión institucional a Estados Unidos con el objetivo de conocer de primera mano la situación de las empresas valencianas implantadas en ese país.

### Información y acompañamiento

Informes actualizados.

Servicios de acompañamiento a través de la Red Exterior en Estados Unidos.

### Diversificación de mercados

Plan de promoción exterior.

Servicios personalizados en terceros mercados a través de la red de IVA-CE.

Plan de compradores internacionales.

### Promoción de marca

En proceso de definición de medidas sectorializadas.

### Financiación

Ayudas a la Estrategia y Acción Internacional de empresas de la Comunitat Valenciana que les permita definir o revisar su estrategia de internacionalización y definir alternativas que puedan paliar su actual situación por las medidas arancelarias, así como ayudar a gastos vinculados con la implantación de una filial o sucursal en el país desde donde distribuir sus productos al mercado estadounidense.

Becas IVACE Exterior dirigidas a filiales o sucursales de empresas de la Comunitat Valenciana en el exterior que les permita reforzar sus estructuras de personal en EE.UU.

Ayudas al impulso a la internacionalización de pymes exportadoras de la Comunitat Valenciana a través de la Dirección General de Emprendimiento e Internacionalización, que les permitan reforzar sus esfuerzos en promoción comercial para mejorar su posicionamiento de imagen de marca en el país.

## **CEOE**

### Monitorización

Grupo de trabajo específico sobre la nueva política comercial de Estados

Unidos, en el que participan organizaciones territoriales, sectoriales y empresas.

Reuniones con los representantes de las organizaciones territoriales y sectoriales para conocer y evaluar el impacto directo e indirecto en cada uno de los sectores y territorios afectados.

#### Información y acompañamiento

Análisis macro sobre las consecuencias de las medidas arancelarias estadounidense en la economía española.

## **CÁMARA DE COMERCIO DE ESPAÑA**

#### Monitorización

Acciones de difusión e información en medios.

Sesiones de la Comisión de Internacionalización.

#### Información y acompañamiento

Seminarios informativos: ‘La política arancelaria de Estados Unidos. Impacto en las empresas españolas. Respuesta del Gobierno de España’, ‘Riesgos y oportunidades en el contexto geopolítico actual para las empresas, La política arancelaria de Estados Unidos’, ‘La política comercial de Estados Unidos. Respuesta de la Unión Europea’, ‘Análisis económico sobre el impacto del incremento de aranceles en las exportaciones de España a EE.UU.’.

#### Diversificación de mercados

Grupo de trabajo con las Cámaras de Comercio territoriales para evaluar el impacto que está teniendo la nueva política comercial de EE.UU. en las exportaciones de las empresas que exportan a EE.UU. y para analizar nuevos mercados de diversificación hacia los que orientar las actividades de promoción exterior.

# Medidas de Promoción de la Internacionalización recabadas en el ámbito del GT liderado por ICEX en respuesta a la nueva política arancelaria de EE.UU.

CC.AA.	ORGANISMO	<b>MONITORIZACIÓN</b> <i>Medidas: reuniones con las empresas y grupos de interés de sus CCAA y con sus filiales.</i> <i>Tipo de instrumentos: Observatorios, grupos de trabajo</i>	<b>INFORMACIÓN Y ACOMPAÑAMIENTO</b> <i>Medidas destinadas a reducir la incertidumbre a la que se enfrentan las empresas.</i> <i>Tipo de instrumentos: Centros de información, estudios de mercado,</i>	<b>DIVERSIFICACIÓN DE MERCADOS</b> <i>Medidas destinadas a incrementar las ventas en mercados alternativos.</i> <i>Tipo de instrumentos: organización de actividades de promoción, líneas de ayudas</i>	<b>PROMOCIÓN DE MARCA</b> <i>Medidas destinadas a reforzar la marca y la diferenciación de producto. En el mercado EEUU y en terceros mercados.</i> <i>Sectores: agroalimentario y sectores más afectados</i>	<b>FINANCIACIÓN</b> <i>Medidas destinadas a paliar el efecto de los aranceles o a fomentar la competitividad de las empresas.</i> Tipo de instrumentos: prestamos, créditos y ayudas
Andalucía	ANDALUCÍA TRADE	X	X	X		X
Aragón	AREX	X	X	X	X	X
Asturias	ASTUREX / SEKUENS	X	X	X		X
Baleares	ADR Balears	X		X	X	X
Canarias	PROEXCA		X	X		X
Cataluña	ACCIÓ	X	X	X	X	X
Cantabria	SODERCAN	X	X			X
Castilla y León	ICECYL		X	X	X	X
Castilla-La Mancha	IPEX	X		X		
Extremadura	Junta de Extremadura	X	X	X	X	X
Galicia	IGAPE	X	X	X	X	X
La Rioja	ADER/ Gobierno de La Rioja		X		X	X
Madrid	VUI	X	X	X	X	X
Murcia	INFO MURCIA	X	X	X	X	X
Navarra	GOBERNO DE NAVARRA PLAN INTERNACIONAL DE NAVARRA	X	X	X		
País Vasco	BTI	X	X	X	X	X
Com. Valenciana	IVACE	X	X	X	X	X
CEOE	CEOE	X	X			
CÁMARA COMERCIO ESPAÑA	CÁMARA COMERCIO ESPAÑA	X	X	X		



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE ECONOMÍA, COMERCIO  
Y EMPRESA

**ICEX** España  
Exportación  
e Inversiones