

# ProfNet PlagiatService

## -Prüfbericht-



für  
Dr. Pedro Sanchez  
Universidad Camilo José Cela

Münster, den 14.12.2018



# ProfNet PlagiatService - Zusammenfassung

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

2

• Autor	Dr. Pedro Sanchez	
• Titel	Innovaciones de la diplomacia ...	
• Typ	Dissertation	
• Abgabetermin	31.12.2012	
• Hochschule	Universidad Camilo José Cela	
• Fachbereich	Faculty	
• Studiengang	Promotion	
• Fachrichtung	Politikwissenschaften	
• 1. Gutachter	Prof. Dr. Isabel Cepeda González	
• 2. Gutachter		
• Prüfdatum	14.12.2018	
• Dateigröße	646.503	• Abbildungsverzeichnis <input checked="" type="checkbox"/>
• Seiten	341	• Abkürzungsverzeichnis <input checked="" type="checkbox"/>
• Absätze	948	• Anhang <input type="checkbox"/>
• Sätze	3.807	• Eidesstattliche Erklärung <input type="checkbox"/>
• Wörter	81.967	• Inhaltsverzeichnis <input checked="" type="checkbox"/>
• Zeichen	496.847	• Literaturverzeichnis <input checked="" type="checkbox"/>
• Abbildungen	2	• Quellenverzeichnis <input type="checkbox"/>
• Tabellen	0	• Stichwortverzeichnis <input type="checkbox"/>
• Fußnoten	402	• Sperrvermerk <input type="checkbox"/>
• Literatur	0	• Symbolverzeichnis <input type="checkbox"/>
• Wörter (netto)	76.781	• Tabellenverzeichnis <input type="checkbox"/>
		• Vorwort <input type="checkbox"/>

Analysetyp	Indizien
• Bauernopfer-Absatz	25
• Bauernopfer-Halbsatz	36
• Bauernopfer-Satz	57
• Bauernopfer-Wort	41
• Bauernopfer-Zitat	3
• Eigenplagiat	154
• Mischplagiat-mehrere Quellen	2
• Teilplagiat	7
• Zitat-Veränderung	40
• Zitierungsfehler	30
Anteil Fremdtex-te (netto): 7 % (5.232 von 76.781 Wörtern)	
• Phrase-allgemein	43
• Phrase-fachspezifisch	735
• Zitat-Fremdtext-ohne Quelle	33
• Zitat-Fremdtext-vollständig	49
• Zitat-im Text-ohne Quelle	77
• Zitat-im Text-vollständig	42
Anteil Fremdtex-te (brutto): 16 % (12.722 von 81.967 Wörtern)	

**69%** Gesamtplagiatswahrscheinlichkeit

Alle Ergebnisse dieses Reports werden von der Software automatisch berechnet, so dass alle Angaben jeweils den Stand der Software-Entwicklung wiedergeben.

# ProfNet PlagiatService - Ergebnis Textanalyse (alle Analysen)

Kriterium	Dimension	Prüfdokument	Erstprüfer	Fachbereich	Hochschule	Fachrichtung	Hausarbeiten	Seminararbeiten	Bachelor Thesen	Diplomarbeiten	Master Thesen	Dissertationen	Habilitationen	alle
Dokumente	Anzahl	1	0	0	0	398	761	696	589	4413	446	28948	206	786772
Abbildungen	Anzahl (Durchschnitt)	2	0	0	0	4	2	2	8	8	5	6	4	2
Absätze	Anzahl (Durchschnitt)	948	0	0	0	779	104	120	238	344	302	558	672	277
Fußnoten	Anzahl (Durchschnitt)	402	0	0	0	344	29	41	50	58	56	112	118	28
Literatur	Anzahl (Durchschnitt)	0	0	0	0	3	1	4	1	1	1	5	2	2
Sätze	Anzahl (Durchschnitt)	3807	0	0	0	3804	454	504	997	1415	1293	2444	3337	901
Seiten	Anzahl (Durchschnitt)	341	0	0	0	215	30	31	71	100	91	164	173	55
Tabellen	Anzahl (Durchschnitt)	0	0	0	0	3	1	1	3	3	3	4	3	1
Wörter	Anzahl (Durchschnitt)	81967	0	0	0	64609	7375	7733	15506	21999	21408	39363	51804	15115
Zeichen	Anzahl (Durchschnitt)	496847	0	0	0	438314	48734	51488	106026	147478	137602	262750	353389	98679
Zitate	Anzahl (Durchschnitt)	366	0	0	0	554	66	60	92	149	149	229	313	92



Die statistischen Ergebnisse der Textanalyse des Prüfdokumentes werden mit den Ergebnissen aller analysieren Texte verglichen.

# ProfNet PlagiatService - Ergebnis Textvergleich (alle Vergleiche)

PlagiatService  
 Prüfbericht  
 831713  
 14.12.2018  
 4

Kriterium	Dimension	Prüfdokument	Erstprüfer	Fachbereich	Hochschule	Fachrichtung	Hausarbeiten	Seminararbeiten	Bachelor Thesen	Diplomarbeiten	Master Thesen	Dissertationen	Habilitationen	alle
Dokumente	Anzahl	1	0	0	0	362	112	53	559	4035	458	25832	191	54949
Mischpl.-eine	Anzahl (Durchschnitt)	0	0	0	0	2	1	4	1	1	1	1	1	2
Teilplagiat	Anzahl (Durchschnitt)	7	0	0	0	24	4	6	6	7	9	13	14	13
Mischpl.-mehrere	Anzahl (Durchschnitt)	2	0	0	0	8	1	1	2	2	2	3	3	4
Zitierungsfehler	Anzahl (Durchschnitt)	30	0	0	0	22	1	6	3	3	3	6	8	4
Bauernopfer	Anzahl (Durchschnitt)	25	0	0	0	9	1	0	2	3	3	5	3	4

● **69%** Gesamtplagiatswahrscheinlichkeit

Die Textvergleichsergebnisse des Prüfdokumentes werden mit allen analysierten Texten verglichen. Die Plagiatswahrscheinlichkeit wird grob vom Programm automatisch berechnet.

## Textstelle (Prüfdokument) S. 15

Castejón. Directora: María Isabel Cepeda González. Fecha: Noviembre de 2012. CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN. 1.1. Presentación. Esta Investigación tiene como punto de partida un hecho contrastado por la literatura económica y política: la globalización ha provocado la fragmentación de la **acción exterior, que ya no monopoliza el Estado Nación<sup>1</sup>**, y que comparte con otros actores públicos y privados que interactúan configurando un nuevo marco de relaciones internacionales<sup>2</sup>. En el marco de una acción exterior fragmentada<sup>3</sup>, la promoción y la defensa de los intereses económicos se ha convertido

1 Jayasuriya, K. (2GG4): Breaking the 'Westphalian' Frame: Regulatory State, Fragmentation, and Diplomacy, pps. 1-21.

2 Soldatos, P. (199G): An Explanatory Framework for the Study of Federal States as Foreign-policy Actors, pps. 34-53.

3 Voir M. Granovetter (1985): Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. pps. 481-93.

## Textstelle (Originalquellen)

de sus intereses económicos en los mercados mundiales- es un elemento nuclear en el diseño y el desarrollo de la acción diplomática de los Estados. Una **acción exterior que ya no monopoliza el Estado Nación**, como tampoco dentro de él, el ministerio de exteriores. La labor diplomática se fragmenta y comparte entre múltiples instituciones públicas y privadas, así como entre ministerios como,

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 1

● 3% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

5

## Textstelle (Prüfdokument) S. 17

tejido empresarial acontecido durante las últimas décadas; y, de otro, articular estrategias de captación de inversión en los mercados extranjeros. Si no la principal, la diplomacia económica española se ha convertido en una palanca más para **mejorar la contribución de la demanda externa al crecimiento** del PIB español. En tercer lugar, el estudio de la diplomacia económica resulta de interés para la disciplina de Economía Pública. En efecto, la reforma del sector público hacia parámetros de mayor eficiencia y adaptación a la realidad de la globalización y los procesos de integración regional, cuyo principal paradigma

## Textstelle (Originalquellen)

en torno al 70% de las exportaciones e inversiones se dirigen hacia los países de una Unión Europea ampliada, cuya nueva configuración redefinirá el mapa comercial europeo. 3. **Mejorar la contribución de la demanda externa al crecimiento** económico español<sup>9</sup>, reducir el déficit comercial crónico e impulsar la internacionalización como motor de creación de empleo<sup>10</sup>. Para la investigación de innovaciones en la diplomacia económica,

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 3

● 3% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

6

ProfNet

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 19

años 2000-2012. (b) Comprobar si las medidas de diplomacia económica impulsadas por el sector público español son semejantes a las realizadas por los países de su entorno. (c) Investigar si las principales innovaciones de diplomacia económica han resultado efectivas **para la estrategia de internacionalización de la economía española**. (d) Verificar si en el marco de una acción exterior cada vez más fragmentada, las medidas de diplomacia económica impulsadas por el sector público español ha contado con la colaboración del sector privado. (e) Abordar los retos que la diplomacia económica debe afrontar, y en ese contexto, analizar las consecuencias para el caso español, proponiendo mejoras

## Textstelle (Originalquellen)

del capítulo II del reglamento detallan las operaciones financiadas con cargo al nuevo instrumento. Con carácter general, se exige que dichas operaciones sean de interés especial **para la estrategia de internacionalización de la economía española**. Además, se incluyen las asistencias técnicas que estas operaciones requieran. Por último, se especifica que en principio todos los países, tanto los desarrollados como los

- 2 EL FONDO PARA LA INTERNACIONALIZACI..., 2010, S. #P4#da

● 3% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

7



**ProfNet**

Institut für Internet-Marketing

## Textstelle (Prüfdokument) S. 21

de interés dada la desaparición de las barreras que tradicionalmente han diferenciado la política doméstica de la internacional, convirtiéndose la gran mayoría de los asuntos en un híbrido de ambos, lo cual tiene sus consecuencias **en los procesos de toma de decisión de los** agentes que actúan en la diplomacia económica. Dentro de la literatura política, la investigación de la diplomacia económica ha tratado de acotar el término "interés económico", diferenciando los objetivos que se encuentran detrás de este concepto: la simple promoción de los intereses comerciales de las empresas pertenecientes al territorio en cuestión y/o las posibles

## Textstelle (Originalquellen)

se exponen a factores adicionales de conflicto. La demanda indígena, sin embargo, en buena parte de los casos apunta a la inclusión de sus necesidades y a su representación **en los procesos de toma de decisión de los** estados y se enmarca en una lógica propuesta por cierta visión "histórico-cultural y la posición y conciencia de clase, surge la propuesta indígena perfectible y coherente; ubicando la

- 3 PENSAMIENTO PROPIO, 2004, S.

● **9%** Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

8



**ProfNet**

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 22

diplomacia comercial, esto es, las relaciones comerciales entre los actores, ha dado paso a un enfoque más amplio de la diplomacia económica. Así, Kishan Rana (2000) plantea cuatro pilares sobre los que se asentaría la diplomacia económica: (a) la promoción del comercio, otorgando una especial atención a las exportaciones sobre las importaciones; (b) la promoción de la inversión, sobre todo, la atracción de inversión extranjera al país en cuestión; (c) la atracción de tecnología; y (d) la gestión de la Ayuda al Desarrollo<sup>18</sup>. A partir de la definición que hace Odell (2000) de la negociación económica, Woolcock y Bayne (2011) amplían las áreas de trabajo de la diplomacia económica a las finanzas, la energía y el medioambiente como bien público global y las implicaciones económicas del cambio climático, y las negociaciones multilaterales que en torno al mismo se realizan. En la presente Tesis optamos por un enfoque amplio

<sup>18</sup> Rana, Kishan (2000): Diplomacia Interior, cap.4 y 6.

## Textstelle (Originalquellen)

Las materias de las que se ocupa: para Rana Kishan (2000: 96-127 y 144-148) los cuatro pilares sobre los que se asienta el trabajo de la diplomacia económica son: (i) la promoción del comercio, otorgando una especial atención a las exportaciones sobre las importaciones; (ii) la promoción de la inversión, sobre todo, la atracción de inversión extranjera al país en cuestión; (iii) la atracción de tecnología; (iv) la gestión de la Ayuda al Desarrollo. (d) La investigación de los procesos en la negociación y la toma de decisión: Woolcock (2011:21) a partir de los estudios realizados por Putman, R.D. (1988: 427-60) añade este nuevo rasgo al

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 2

● 10% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

9

## Textstelle (Prüfdokument) S. 24

la secuencia básica del Método Científico, desarrollándose la investigación en los siguientes pasos: (a) Observación- Estudio: a la hora de abordar la investigación procedemos, en primer lugar, a observar la multiplicación de los actores, públicos y privados, que interactúan **en el marco de las relaciones internacionales** así como la creciente importancia que estos actores otorgan a la economía en sus estrategias diplomáticas. En segundo lugar, y como consecuencia del primero, analizamos las aportaciones que desde el ámbito académico se han venido elaborando sobre la diplomacia económica, es decir, sobre la promoción de los intereses económicos de los territorios a los que representan las instituciones. Así, realizamos un minucioso estudio de la subdisciplina de la diplomacia económica, además de los distintos enfoques a partir

## Textstelle (Originalquellen)

de la acción diplomática estatal. Ministerios como el comercio y turismo, agricultura y pesca, medio ambiente, etc. son actores decisivos en la promoción de los intereses nacionales **en el marco de las relaciones internacionales**. 3. Los Planes Integrales de Desarrollo de Mercados (PIDM) son estrategias innovadoras de la diplomacia económica española. Por un lado, ejemplifican el liderazgo de otros ministerios

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 11

● 2% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

10

ProfNet

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 25

local - dependiendo del actor institucional observado), tienen en sus estrategias de acción exterior. También las constantes innovaciones de diplomacia económica que las instituciones vienen practicando conforme la globalización avanza y se consolida. (c) Hipótesis: en el nuevo **marco de las relaciones internacionales**, España y su sector público han ido incorporando la promoción y la defensa de sus intereses económicos en su acción diplomática. En ese contexto, y una vez comenzado el siglo XXI, la hipótesis a contrastar será comprobar si el sector público español ha innovado en sus estrategias de diplomacia económica, y cuales son esas innovaciones. El periodo

## Textstelle (Originalquellen)

acción diplomática estatal. Ministerios como el comercio y turismo, agricultura y pesca, medio ambiente, etc. son actores decisivos en la promoción de los intereses nacionales en el **marco de las relaciones internacionales**. 3. Los Planes Integrales de Desarrollo de Mercados (PIDM) son estrategias innovadoras de la diplomacia económica española. Por un lado, ejemplifican el liderazgo de otros ministerios

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 11

● 2% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

11

## Textstelle (Prüfdokument) S. 25

diplomacia económica, y cuales son esas innovaciones. El periodo de investigación será 2000-12. Los motivos para elegir este periodo de tiempo tienen que ver con la intensa apertura al exterior de la economía española registrada, la necesidad de diversificar las relaciones comerciales españolas, y la importancia que en el conjunto de los países más avanzados ha adquirido la articulación de estrategias de diplomacia económica. Incorporamos el año 2012 en el periodo de investigación por haberse producido innovaciones de interés para la Tesis. (d) Proceso de prueba y refutación de la hipótesis: a lo largo de la Tesis utilizaremos distintos métodos de investigación científica.

## Textstelle (Originalquellen)

de las principales innovaciones que, en materia de diplomacia económica, han impulsado las autoridades españolas en la última década. Los PIDM nacieron con el objetivo de diversificar las relaciones comerciales y de inversión española en las economías emergentes. Entre las conclusiones obtenidas en la presente investigación, destaca la eficacia de los PIDM en la consecución de

- 4 Sanchez, Pedro: /Fernández-Vega, Juan Padilla: LA D..., 2012, S. 3031

● 2% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

12

## Textstelle (Prüfdokument) S. 26

un lado, en los estudios empíricos elaborados por la literatura con anterioridad a la presente Tesis; y, de otro, gracias a la elaboración de nuestros propios modelos a partir de la información estadística disponible en las bases de datos del Ministerio de Economía y Competitividad, el Instituto Nacional de Estadística, Eurostat y el Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación. (d.2.) Método de la medición: a partir de la experiencia y la verificación en estadísticas disponibles provenientes del Ministerio de Economía y Competitividad, el Instituto Nacional de Estadística, el Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación. La información utilizada para el caso de los Ayuntamientos provendrá de los propios servicios estadísticos del municipio y/o de la región a la que pertenezcan. (d.3.) Método lógico inductivo: gracias a la utilización de casos prácticos particulares

● 3% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

## Textstelle (Originalquellen)

la administración del país objetivo en todos sus niveles; (iii) concentrar y coordinar esfuerzos financieros, promocionales y de acceso a mercados a través de acciones conjuntas de los diferentes instrumentos del ministerio de economía y competitividad. 5. Los resultados arrojados por los modelos elaborados en la presente investigación, prueban que los PIDM realizados hacia China han permitido mejorar las relaciones comerciales y las

la administración del país objetivo en todos sus niveles; (iii) concentrar y coordinar esfuerzos financieros, promocionales y de acceso a mercados a través de acciones conjuntas de los diferentes instrumentos del ministerio de economía y competitividad. 5. Los resultados arrojados por los modelos elaborados en la presente investigación, prueban que los PIDM realizados hacia China han permitido mejorar las relaciones comerciales y las

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 11

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

13

## Textstelle (Prüfdokument) S. 28

incluida en la Estrategia Española de Seguridad. Finalmente investigamos, a través de la elaboración de correlaciones y de un modelo de regresión, la efectividad de **una de las principales innovaciones de los últimos años en diplomacia económica: los Planes Integrales de Desarrollo de mercados (en adelante, PIDM)**. 1.7. Estructura de la Investigación. La Investigación se divide en cinco partes: (1) definición y marco teórico de la diplomacia económica; (2) la acción diplomática de naturaleza económica desplegada por los entes subestatales: las regiones españolas; (3) la acción diplomática de naturaleza económica desplegada por los entes subestatales: los Ayuntamientos; (4) las innovaciones emprendidas por la Administración General del

## Textstelle (Originalquellen)

LA DIPLOMACIA ECONÓMICA. EL CASO **DE LOS PLANES INTEGRALES DE DESARROLLO (PIDM) Una de las principales innovaciones** desarrolladas en materia de diplomacia económica española son **los Planes Integrales de Desarrollo de Mercados (en adelante PIDM)**. Bporel hoy llamado Ministerio de Economía y Competitividad (MINECO)<sup>6</sup>, los PIDM surgen en el marco de la nueva estrategia de internacionalización lanzada por el Gobierno de

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 3

● 3% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

14

## Textstelle (Prüfdokument) S. 29

ello la participación en las relaciones internacionales de otros actores ajenos al Estado Nación como son los entes subestatales (regiones y municipios), Organismos Autónomos y agentes **privados (empresas y ONGS)**. Una vez definido el concepto de diplomacia abordaremos **las diferentes aproximaciones que la literatura** ha realizado para definir la diplomacia económica. El primer ángulo es el ya mencionado y basado en los actores implicados. Los otros tres ángulos serán **los intereses** que promueve; **las materias de las que se ocupa; y** el estudio de la negociación que se implementa en las acciones de la diplomacia económica. Una vez descritas las diversas aproximaciones elaboraremos nuestra propia definición de diplomacia económica sobre la que basaremos nuestra Tesis. La segunda parte de la investigación (La acción diplomática de naturaleza económica desplegada por las CC.AA) incluirá los Capítulos 3 y 4. En el primero de ellos, expondremos las diferentes estrategias que en

## Textstelle (Originalquellen)

transferencia de poder que los Estados han realizado en favor de agentes económicos **privados -empresas** e inversores- (Woolcock y Bayne (2011:9-10).  
DEFINICIÓN DE LA DIPLOMACIA ECONÓMICA Enumeradas sintéticamente **las diferentes aproximaciones que la literatura** económica ha elaborado sobre la diplomacia económica, a continuación propondremos la definición en base a la que realizaremos la presente investigación. Definición que recoge principalmente las definiciones que puede lograr también objetivos políticos". En efecto, tal y como alerta acertadamente Albares Bueno, J.M. (2005:4) la consecución de **los intereses** políticos y económicos pueden no ser coincidentes. (c) **Las materias de las que se ocupa:** para Rana Kishan (2000: 96-127 y 144-148) los cuatro pilares sobre los que se asienta el trabajo de la diplomacia económica son: (i) la promoción del comercio, otorgando una especial

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 2

● 4% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

15

## Textstelle (Prüfdokument) S. 29

regiones de diferentes partes del mundo para, posteriormente, en el Capítulo 4 investigar la acción económica exterior de las Comunidades Autónomas españolas. Las CC.AA no han sido ajenas al activismo desplegado por otras regiones de otros países en las relaciones económicas internacionales. La globalización, el proceso de integración europea y la naturaleza descentralizada del Estado español son tres palancas que explican, en buena medida, la acción exterior de las Autonomías españolas. Desde el punto de vista de la

## Textstelle (Originalquellen)

la diplomacia económica española. Por un lado, ejemplifican el liderazgo de otros ministerios ajenos al ministerio de exteriores, en este caso el de economía y competitividad, en las relaciones económicas internacionales. De otro, su naturaleza multidisciplinar en la definición estratégica de sus acciones: promoción comercial y de inversiones, y el fortalecimiento de las relaciones institucionales de España y los

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 11

● 2% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

16

ProfNet

Institut für Internet-Marketing





## Textstelle (Prüfdokument) S. 30

entre diplomacia económica regional y la cooperación al desarrollo descentralizada. Otra vía utilizada para la diplomacia económica regional es la indirecta: cómo los Gobiernos autonómicos a través de los cauces institucionales creados por el Gobierno central participan **en la formación de la posición que el Estado** mantendrá ante foros internacionales o en sus relaciones bilaterales. Finalmente, abordaremos el estudio de la responsabilidad de las CC.AA de cumplir con los compromisos internacionales **del Estado**; y cómo el Gobierno central articula mecanismos de cooperación y supervisión. A este

## Textstelle (Originalquellen)

PEREIRA MENAUT, A.- C., "Scotland and Galicia: Devolution versus Autonomía", Scottish Affairs, n 40, 2002. PÉREZ CALVO, A., Estado Autónimo y Comunidad Europea, Ed. Tecnos, 1993. PÉREZ CALVO, A., " Participación de las Comunidades Autónomas **en la formación de la posición que el Estado** ha de trasladar a las instituciones comunitarias", Documentación Administrativa, núms. 232-233, 1993. PÉREZ CALVO, A., La participación de las Comunidades Autónomas en las decisiones **del Estado**, Ed. Tecnos, Madrid, 1997.

- 5 Rodríguez, Constantino Cordal: La p..., 2005, S.

● **3%** Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

17

**ProfNet**

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 30

en sus relaciones bilaterales. Finalmente, abordaremos el estudio de la responsabilidad de las CC.AA de cumplir con los compromisos internacionales del Estado; y cómo el Gobierno central articula mecanismos de cooperación y supervisión. A este respecto, investigaremos las consecuencias de la nueva Ley Orgánica de Estabilidad Presupuestaria y Sostenibilidad Fiscal, aprobada por el Gobierno de España en 2012. La tercera parte de la Tesis abordará la acción diplomática de naturaleza económica desplegada por los EE.LL, investigación que se concentrará en el Capítulo 5. La descentralización de las relaciones internacionales ha abierto la puerta a la

## Textstelle (Originalquellen)

los que 13.071 millones son de menor gasto y 5.278 millones de mayores ingresos. Estos planes son los primeros cuyo seguimiento y aplicación se va a realizar en el marco de la nueva Ley Orgánica de Estabilidad Presupuestaria y Sostenibilidad Financiera: van a estar sometidos a un estricto seguimiento para garantizar su cumplimiento final. ? Acuerdo por el que se aprueba el Plan de Publicidad y Comunicación Institucional de

- 6 Ministerio de la Presidencia: Seis ..., 2012, S. 18

● 3% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

18

## Textstelle (Prüfdokument) S. 30

internacionales ha abierto la puerta a la acción exterior de multitud de ciudades a lo largo y ancho del planeta. Algunas de ellas, las denominadas Ciudades Globales, son hoy verdaderos nodos de poder económico y actores a tener en cuenta **en las relaciones económicas internacionales**. Como veremos en el Capítulo 5, la acción diplomática de las ciudades, pese a no contar con un respaldo constitucional explícito, se ha desarrollado, en España y en el resto del mundo, tanto de forma bilateral (implementando estrategias

## Textstelle (Originalquellen)

la diplomacia económica española. Por un lado, ejemplifican el liderazgo de otros ministerios ajenos al ministerio de exteriores, en este caso el de economía y competitividad, **en las relaciones económicas internacionales**. De otro, su naturaleza multidisciplinar en la definición estratégica de sus acciones: promoción comercial y de inversiones, y el fortalecimiento de las relaciones institucionales de España y los

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 11

● 2% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

19

## Textstelle (Prüfdokument) S. 33

de naturaleza comercial y de inversión se han realizado entre 2000 y 2012. Para ello haremos un análisis descriptivo de la reforma hecha en 2011 del Instituto de Comercio Exterior (en adelante, ICEX), el Plan de Internacionalización Tecnológica de España (2006-2011), y la creación del Fondo para la Internacionalización de la Empresa Española (en adelante, FIEM). Una de las principales innovaciones de diplomacia comercial realizada por el Gobierno son los llamados Planes Integrales de Desarrollo de Mercados (en adelante, PIDM). Los Planes fueron concebidos para diversificar las relaciones comerciales y de inversión de la economía española hacia las economías emergentes. A partir de la realización de un estudio econométrico del PIDM hacia China, comprobaremos el grado de eficacia del Plan hacia el gigante asiático. Por su parte, en el Capítulo 9 analizamos los

## Textstelle (Originalquellen)

escaso peso de la cancelación de la deuda frente al crecimiento de otros mecanismos crediticios, incluso más allá de la cooperación, como ha sucedido con la creación del Fondo para la Internacionalización de la Empresa (FIEM). Si miramos las cancelaciones en 2010, el Gobierno español canceló cerca de 244 M a un total de seis países, cifra que tan sólo representó un 2% del total

DIPLOMACIA ECONÓMICA. EL CASO DE LOS PLANES INTEGRALES DE DESARROLLO (PIDM) Una de las principales innovaciones desarrolladas en materia de diplomacia económica española son los Planes Integrales de Desarrollo de Mercados (en adelante PIDM). Bporel hoy llamado Ministerio de Economía y Competitividad (MINECO)<sup>7</sup>, los PIDM surgen en el marco de la nueva estrategia de internacionalización lanzada por el Gobierno de los siguientes retos<sup>7</sup>: 1. Aprovechar las oportunidades que ofrece el nuevo escenario económico internacional caracterizado por la aparición y la consolidación de las economías emergentes<sup>8</sup>. 2. Diversificar geográficamente las relaciones comerciales y de inversión de la economía española -en torno al 70% de las exportaciones e inversiones se dirigen hacia los países de una Unión Europea ampliada, cuya nueva configuración redefinirá el mapa comercial europeo. 3.

- 7 La cooperación financiera en España, 2011, S.
- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 3

● 7% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService  
Prüfbericht  
831713  
14.12.2018  
20

## Textstelle (Prüfdokument) S. 34

Comisionado para la Marca España (en adelante, ACM-E), en julio de 2012. En el capítulo 10 nos centraremos en los retos a afrontar por **la diplomacia económica española**, algunos de ellos compartidos junto al resto de Estados activos **en las relaciones económicas internacionales**, mientras que otros retos tienen más que ver con causas propias de España. El fundamental, la transformación del Servicio Exterior en favor de la Acción Exterior lo que significaría un refuerzo de la coordinación interinstitucional,

## Textstelle (Originalquellen)

**la diplomacia económica española**. Por un lado, ejemplifican el liderazgo de otros ministerios ajenos al ministerio de exteriores, en este caso el de economía y competitividad, **en las relaciones económicas internacionales**. De otro, su naturaleza multidisciplinar en la definición estratégica de sus acciones: promoción comercial y de inversiones, y el fortalecimiento de las relaciones institucionales de España y los

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 11

● 2% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

21



**ProfNet**

Institut für Internet-Marketing

## Textstelle (Prüfdokument) S. 34

de dispersión en la acción económica exterior. Coordinación que debe extenderse también hacia dentro de la propia estructura del Gobierno central reforzando su unidad de acción. Coordinación, en fin, que debería incluir a otros sectores activos **en las relaciones económicas internacionales**, en especial, las empresas y las ONGS. Como reto común a toda acción de diplomacia económica, reforzar la legitimidad de cara a la sociedad de los acuerdos económicos internacionales alcanzados por el Estado Nación, la equilibrada transparencia y la oferta de una información adecuada a la opinión pública de los asuntos económicos internacionales. Finalizaremos

## Textstelle (Originalquellen)

la diplomacia económica española. Por un lado, ejemplifican el liderazgo de otros ministerios ajenos al ministerio de exteriores, en este caso el de economía y competitividad, **en las relaciones económicas internacionales**. De otro, su naturaleza multidisciplinar en la definición estratégica de sus acciones: promoción comercial y de inversiones, y el fortalecimiento de las relaciones institucionales de España y los

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 11

● 2% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

22

**ProfNet**

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 38

ONG) que canalizan la participación de una creciente y concienciada sociedad civil con aspiraciones de influir en los debates económicos internacionales<sup>35</sup>. Las acciones y la tipología de las causas que defienden las ONG son múltiples: desde la defensa **del medio ambiente, la lucha contra el cambio climático, la protección de la diversidad cultural, la promoción de derechos de consumidores hasta la protección de la fauna animal y la diversidad y el desarrollo de los países más desfavorecidos, etc.** (c) La expansión **de la democracia como fórmula**

35 Saner, R. y Yiu L. (2001): International Economic Diplomacy: Mutations in Post-Modern Times", pps.1-37.

## Textstelle (Originalquellen)

de transporte factores fundamentales de la competitividad de la economía Europea. El uso óptimo de los recursos, la creación de oportunidades de trabajo, la protección **del medio ambiente, la lucha contra el cambio climático y la mejora de la competitividad** son algunos de los retos más importantes que Europa tiene que afrontar hoy en día. El rápido crecimiento del transporte de

- 8 CCOO: gs gaceta sindical, 2007, S. 231

● **10%** Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

23

## Textstelle (Prüfdokument) S. 38

la población mundial a las Nuevas Tecnologías **de la** Información y el vertiginoso desarrollo de éstas<sup>37</sup>, cuyo último paradigma es la aparición de las redes sociales (Twitter, Facebook, etc.), han ensanchado las opciones de acceso a la información y a **la participación de la ciudadanía en los asuntos públicos**, situando a los Gobiernos en el centro de la fiscalización directa y diaria por parte de la población. Las movilizaciones sociales del norte de África (la llamada "primavera árabe") demandando la desaparición de regímenes dictatoriales o las manifestaciones vividas en Europa (por ejemplo en España, con

37 Wang, J. (2005): Localising public diplomacy: The role of sub-national actors in nation branding, pps.32-42.

## Textstelle (Originalquellen)

marco normativo **de la** participación ciudadana en el ámbito local: los Reglamentos de Participación Ciudadana mediante los cuales se intentó canalizar, en los años ochenta, **la participación de la ciudadanía en los asuntos públicos**. Su historia ha generado como fruto un amplio entramado de espacios de participación insertos dentro del Organigrama Municipal (Consejo del Movimiento Ciudadano, Consejos de Distrito,

- 9 FEMP: La Cooperación para el Desarr..., 2011, S. 72

● **11%** Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

24

**ProfNet**

Institut für Internet-Marketing





## Textstelle (Prüfdokument) S. 38

llamada "primavera árabe") demandando la desaparición de regímenes dictatoriales o las manifestaciones vividas en Europa (por ejemplo en España, con el denominado movimiento 15-M) han afectado decisivamente la política doméstica de los países, alterando también las relaciones diplomáticas y las relaciones internacionales. (d) La mundialización implica la pérdida de autonomía de los Estados Nación, que ya no son libres de diseñar sus estrategias sin contar con las restricciones externas marcadas por el resto de agentes que operan en las relaciones económicas internacionales. Así, se reducen los instrumentos de política económica de los Estados Nación pero sus objetivos de política económica aumentan: "ya no sólo deben (los Estados) garantizar el crecimiento económico, la igualdad y la estabilidad del país en cuestión sino que además deben incorporar objetivos de mejora de la competitividad en un entorno mundial caracterizado por la desregulación de los movimientos de capitales"<sup>38</sup> (Rivas y Sánchez Díez, 2007). Si algo caracteriza la actual crisis de la globalización es la situación de ingobernabilidad, "la ausencia de un centro, de una oficina de control de mando (...) la globalización hoy es el nuevo desorden mundial"<sup>39</sup> La función reguladora del sector público en los mercados cobra de nuevo importancia. Con todo, el hecho de que los mercados sean globales hace que esa función reguladora se traslade hacia las instituciones multilaterales y regionales.

38 Sánchez Díez (2006): Economía Mundial en transformación", p.206.

39 Bauman, Z. (1999): La globalización. Consecuencias humanas, pps. 30-50.

● 2% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

## Textstelle (Originalquellen)

de la seguridad y la promoción de la paz. Así, la investigación de la diplomacia económica se erige en un elemento determinante para comprender las estrategias diplomáticas y las relaciones internacionales. 2. La diplomacia en el siglo XXI es el resultado de la participación simultánea de múltiples actores - públicos y privados- uno de los cuales, pero no el único, es

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 11

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

25

## Textstelle (Prüfdokument) S. 39

de soberanía de los Estados Nación hacia estas nuevas estructuras que, durante la llamada primera crisis de la globalización, fortalecen, por poner un ejemplo, foros como el G-20 instituidos hoy como espacios de decisión y coordinación internacional **de las políticas económicas de los Estados**, y en el caso europeo a las estructuras comunitarias gracias a una necesaria mayor gobernanza económica de la Unión Europea. La globalización entendida como proceso irreversible está destinada a producir auténticos cambios en la organización política, la economía y la

## Textstelle (Originalquellen)

es recogida en los Programas Nacionales de Reforma<sup>12</sup> que el gobierno de España presenta ante las instituciones comunitarias, en el marco de la cooperación reforzada **de las políticas económicas de los estados** miembros. Los países objetivos escogidos por el gobierno de España son doce: Argelia y Marruecos en África; en Latinoamérica Brasil y México; en Asia oriental China, India,

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 4

● 2% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

26

**ProfNet**

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 39

la Unión Europea. La globalización entendida como proceso irreversible está destinada a producir auténticos cambios en la organización política, la economía y la sociedad. De hecho ya lo está haciendo. Todo ello, como veremos a continuación, impacta directamente **en las relaciones económicas internacionales, en la acción diplomática** y por ende, en el estudio que nos ocupa: la diplomacia económica. 2.2. Las diferentes aproximaciones a la diplomacia económica. La diplomacia ha evolucionado conforme a los tiempos sobre los que le ha correspondido operar. Mientras que la definición clásica situó la diplomacia en la articulación de "**la política exterior por parte de los Estados y la representación de sus intereses nacionales**"<sup>40</sup>, la moderna diplomacia debe (si no quiere caer en el anacronismo)<sup>41</sup> reconocer **que el número de actores inmersos en labores diplomáticas ha aumentado en la era de la mundialización. En el mundo global e interconectado "la labor diplomática se ha fragmentado y cuenta con la participación simultánea de múltiples actores -de naturaleza pública y privada- uno de los cuales, pero no el único, es el Estado Nación"**<sup>42</sup>. Todo ello nos lleva a realizar una primera aproximación a **la nueva diplomacia**<sup>43</sup> definiéndola como "**la gestión de las relaciones entre Estados y entre éstos y otros actores**"<sup>44</sup>. Un ejemplo dramático pero elocuente de lo expuesto es la irrupción del terrorismo internacional de la mano de Al Qaeda. Sus ataques a las torres gemelas de Nueva York, al metro de Londres y Madrid alteraron el

40 Azuelos, M. (2011): Les évolutions de la diplomatie économique américaine, pps.2-3.

41 Bassols, R., (1995): La diplomacia al servicio de la economía, pps. 195-197.

42 Bayne, N. y Woolcock S., (2011): New Economic Diplomacy, p.9.

43 Idem, p.9.

44 Barston, R. (2006): Modern Diplomacy, pps. 1-2.

## Textstelle (Originalquellen)

la diplomacia económica española. Por un lado, ejemplifican el liderazgo de otros ministerios ajenos al ministerio de exteriores, en este caso el de economía y competitividad, **en las relaciones económicas internacionales**. De otro, su naturaleza multidisciplinar **en la definición estratégica de sus acciones:** promoción comercial y de inversiones, y el fortalecimiento de las relaciones institucionales de España y los

Rey Juan Carlos. Abstract En este trabajo se analiza la creciente importancia **que el fomento de los intereses económicos nacionales tiene en las relaciones internacionales. En la era de la globalización, la diplomacia económica - entendida como el conjunto de acciones emprendidas por los distintos actores que conforman el Estado Nación en la promoción y defensa de**

interconexión e interdependencia provocada por la dinámica globalizadora ha fragmentado la acción diplomática de los Estados Nación. En la actualidad, la diplomacia es el resultado de "**la participación simultánea de múltiples actores públicos y privados- uno de los cuales, pero no el único, es el Estado Nación**" ( Bayne y Woolcock, 2011: 9). **La nueva diplomacia** ya no es la relación exclusiva entre Estados, sino "**la gestión de las relaciones entre Estados, y entre éstos y otros actores**" (Barston, 2006:1). Entre los nuevos actores de la diplomacia se encuentran: (i) los entes territoriales, fruto de la descentralización y la transferencia de poder y recursos de los Estados

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 11
- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 1

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

27

● 3% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

## Textstelle (Prüfdokument) S. 40

demonstrando cómo ni el monopolio de la violencia ni el devenir **de las relaciones** internacionales es propiedad exclusiva de los Estados Nación. Así pues los Estados Nación comparten la acción diplomática con **nuevos actores** : (a) subnacionales **fruto de la descentralización y la transferencia de poder y recursos en favor de** instituciones territoriales -en el caso español las Comunidades Autónomas y Corporaciones Locales-; (b) **supranacionales producto de** los procesos de integración regional y **multilateral creados** en su mayoría **en respuesta a la mundialización** y (c) **los organismos reguladores y empresas pertenecientes al sector público**; (d) **la aparición de nuevos actores tales como las multinacionales, las ONGS y la aparición de la llamada diplomacia de los ciudadanos. En función de quien sea el actor, los intereses a promocionar podrán o no ser coincidentes con aquellos que defiende el Estado Nación.** Melissen (1999), Saner y Yiu (2001) definen la nueva diplomacia como el mecanismo de representación, comunicación y negociación utilizada por el Estado y otros actores internacionales en la conducción de sus intereses<sup>45</sup>. Al abrir la posibilidad de ejercer acciones diplomáticas a

45 Melissen, J. (1999): Innovation in Diplomatic Practice, pps. 16-17; Saner, R., Yiu, L. (2001):

● **16%** Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

## Textstelle (Originalquellen)

sino "la gestión **de las relaciones** entre Estados, y entre éstos y otros actores" (Barston, 2006:1). Entre los **nuevos actores** de la diplomacia se encuentran: (i) los entes territoriales, **fruto de la descentralización y la transferencia de poder y recursos** de los Estados Nación **en favor de** regiones y ayuntamientos; (ii) las instituciones **supranacionales producto de** los procesos de integración regional y multilateral creados mayoritariamente en respuesta a la

de poder y recursos de los Estados Nación en favor de regiones y ayuntamientos; (ii) las instituciones supranacionales producto de los procesos de integración regional y **multilateral creados mayoritariamente en respuesta a la mundialización** y (iii) **los organismos reguladores y empresas pertenecientes al sector público**; (iv) **la aparición de nuevos actores tales como las empresas multinacionales, las ONGS y la aparición de la llamada diplomacia de los ciudadanos. En función de quien sea el actor, los intereses a promocionar podrán o no ser coincidentes con aquellos que defiende el Estado Nación.** En este contexto, la nueva diplomacia del sector público en su conjunto debe "cambiar métodos y medios pero sobre todo contenidos incorporando otros intereses", como

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 1

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

28

## Textstelle (Prüfdokument) S. 41

acción exterior realizada por Instituciones ajenas al Estado Nación, tales como las regiones y los municipios. Así, autores como Duchacek y Soldatos (1990), Aldecoa y Keating (1999) han calificado la acción exterior **de los entes territoriales** como "paradiplomacia", esto es, **el conjunto de acciones emprendidas por los entes subnacionales** en el terreno de las relaciones internacionales<sup>46</sup>. Lecours (2008) diferencia la actividad paradiplomática de las regiones en tres capas: (i) aquella dedicada íntegramente a la acción económica; (ii) la acción cooperativa y multidimensional: a la acción económica se le unen otras acciones tales como la cultural, tecnológica, educacional; y (iii)

46 Duchacek, I. (1990): Perforated Sovereignities: Towards a Typology of New Actors in International Relations, pps.1-33.

## Textstelle (Originalquellen)

importancia que el fomento **de los** intereses económicos nacionales tiene en las relaciones internacionales. En la era de la globalización, la diplomacia económica -entendida como **el conjunto de acciones emprendidas por los** distintos actores que conforman el Estado Nación en la promoción y defensa de sus intereses económicos en los mercados mundiales- es un elemento nuclear en el

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 1

● 2% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

29

ProfNet

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 42

diplomacia", que incluye la acción exterior de otros actores internacionales además del **Estado Nación** tal y como ha quedado referida en los trabajos de Woolcok y Bayne (2011), Saner y Yiu (2001), Cornago (2010), Melissen (1999) por citar algunos. La diplomacia debe "cambiar métodos y medios pero sobre todo contenidos incorporando otra serie de intereses", como por ejemplo, "los intereses económicos"<sup>49</sup>. En efecto, si históricamente, en especial tras la Segunda Guerra Mundial, las relaciones económicas estaban subordinadas a los intereses geoestratégicos<sup>50</sup>; en la actualidad, la economía se erige en un elemento nuclear de la nueva actividad diplomática<sup>51</sup> situándose, cuando no desplazando, en el mismo nivel que los objetivos que han caracterizado tradicionalmente la diplomacia: la cooperación política internacional, la seguridad y el mantenimiento de la paz<sup>52</sup>. Son múltiples las definiciones dadas por la literatura a un concepto escurridizo como el de la diplomacia económica. A continuación expondremos las diferentes aproximaciones que la literatura económica ha realizado sobre la diplomacia económica, para finalizar concretando cual será la definición sobre la que trabajará la presente investigación. Las distintas definiciones que la literatura ha elaborado recogen los siguientes enfoques: (a) los actores implicados; (b) los intereses que promueve; (c) las materias de las que se ocupa; (d) la investigación de los procesos en la negociación y la toma de decisión. 2.2.1. Los actores de la diplomacia económica. Saner y Yiu (2001)<sup>53</sup> diferencian la diplomacia económica del resto de acciones diplomáticas en función de los actores implicados en la misma (ver cuadro 1). En este sentido, para los autores, son los Estados o agentes económicos privados -empresas, ONG- y la distinta naturaleza de los

49 Bassols, R. (1995): La diplomacia al servicio de la economía, pps: 195-197.

50 Azuelos, M. (2011): Les évolutions de la diplomatie économique américaine, p. 12.

51 Chavagneux, C. (1999): La diplomatie économique: plus seulement une affaire d'États, p.33.

52 Morillas, J. (2000): La diplomacia económica, pps.41-44.

53 Utilizaremos las definiciones de cada uno de los términos traducidos en el trabajo de Rebollar G. (2010): Notas sobre diplomacia económica, pps. 25-34.

## Textstelle (Originalquellen)

promocionar podrán o no ser coincidentes con aquellos que defiende el **Estado Nación**. En este contexto, la nueva diplomacia del sector público en su conjunto debe "cambiar métodos y medios pero sobre todo contenidos incorporando otros intereses", como por ejemplo, "los intereses económicos"<sup>2</sup>. En efecto, si históricamente, en especial tras la Segunda Guerra Mundial, las relaciones económicas estaban subordinadas a los intereses geoestratégicos (Azuelos, M. 2010:12); en la actualidad, la economía se erige en un elemento nuclear

medios pero sobre todo contenidos incorporando otros intereses", como por ejemplo, "los intereses económicos"<sup>2</sup>. En efecto, si históricamente, en especial tras la Segunda Guerra Mundial, las relaciones económicas estaban subordinadas a los intereses geoestratégicos (Azuelos, M. 2010:12); en la actualidad, la economía se erige en un elemento nuclear de la nueva actividad diplomática (Chavagneux, C. 1999: 33; Ógütcü, M. y Saner, R., 2008:1) situándose, cuando no desplazando, al mismo nivel en orden de importancia a los objetivos que han caracterizado tradicionalmente la diplomacia: la cooperación política internacional, la seguridad y el mantenimiento de la paz (Javier Morillas, 2000: 42). Son múltiples las definiciones dadas por la literatura a un concepto escurridizo como es el de la diplomacia económica. Las diferentes definiciones elaboradas por la literatura ha elaborado de la diplomacia económica dependen del énfasis otorgado a

que puede lograr también objetivos políticos". En efecto, tal y como alerta acertadamente Albares Bueno, J.M. (2005:4) la consecución de los intereses políticos y económicos pueden no ser coincidentes. (c) Las materias de las que se ocupa: para Rana Kishan (2000: 96-127 y 144-148) los cuatro pilares sobre los que se asienta el trabajo de la diplomacia económica son: (i) la promoción del comercio, otorgando una especial atención a las exportaciones sobre las

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 2

## Textstelle (Prüfdokument) S. 43

el interés general del país en cuestión o de una determinada empresa) lo que distingue a la **diplomacia económica** y comercial, del resto de acciones diplomáticas emprendidas por otros agentes económicos. Así: - La **diplomacia económica**: incluye la tarea **desempeñada por los funcionarios de los Ministerios encargados de las relaciones con los organismos multilaterales de economía y comercio, y la de los funcionarios que realizan el seguimiento de las políticas económicas y comerciales del país**. - La **diplomacia comercial**: recogería la labor realizada por **las Oficinas Comerciales en el exterior en la promoción de las exportaciones y la captación de inversiones extranjeras**. - La diplomacia corporativa: **la actividad de los ejecutivos de las empresas multinacionales** encargados de las relaciones externas **tanto en** la labor que realizan en la sede central como en las oficinas en el exterior. - La diplomacia de los negocios: la acción realizada por las empresas ante las Administraciones Públicas y Organismos Internacionales con el fin de influir en legislaciones concretas, concursos públicos, etc. - La diplomacia de la ONG multinacional y

## Textstelle (Originalquellen)

literatura ha elaborado de **la diplomacia económica** dependen del énfasis otorgado a cada una de las siguientes perspectivas: (a) Los actores implicados: la diplomacia económica sería aquella **desempeñada por los funcionarios de los Ministerios encargados de las relaciones con los organismos multilaterales de economía y comercio, y la de los funcionarios que realizan el seguimiento de las políticas económicas y comerciales del país** (Saner y Yiu (2001: 10 y 11)<sup>3</sup>. (b) Los intereses que promueve: para Javier Morillas (2000:41) es su "finalidad económica" lo que define a este tipo de diplomacia. En este sentido, **la diplomacia** multilaterales de economía y comercio, y a los funcionarios que realizan el seguimiento de las políticas económicas y comerciales de otros países. Diplomacia comercial: incluye principalmente el trabajo de **las oficinas comerciales en el exterior en la promoción de exportaciones y la captación de inversiones extranjeras**. Diplomacia empresarial: es **la actividad de los ejecutivos de las empresas multinacionales** en sus relaciones exteriores, **tanto en** las tareas realizadas en la sede central como en las sucursales en el exterior. Diplomacia del negocio: es la

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 2
- 10 García Rebolgar, Antonio: Notas sob..., 2010, S. 20

● 28% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService  
Prüfbericht  
831713  
14.12.2018  
31

## Textstelle (Prüfdokument) S. 44

puntos en común señalados por los autores Saner y Yiu (2001). Así, las diplomacias antes referidas buscan: (a) Articular estrategias de influencia política, económica y social que permitan crear las condiciones adecuadas para el desarrollo de sus intereses económicos. (b) Dialogar con las instituciones internacionales con capacidad normativa y de decisión sobre el comercio internacional y la regulación del sistema financiero global (OMC, FMI, etc.). (c) Anticipar potenciales conflictos con el resto de actores que operan en las relaciones económicas internacionales (ONGS, estados nación, empresas multinacionales...) minimizando con ello riesgos políticos y económicos. (d) Desarrollar en los foros multilaterales y medios de comunicación estrategias de posicionamiento que permitan mejorar, cuando no conservar, una positiva imagen y reputación del país en cuestión, ONG o empresa. (e) Crear un "capital social" gracias al diálogo con los actores que corren el riesgo de verse afectados por el desarrollo económico y la globalización. (f) Preservar la legitimidad y la credibilidad de los actores de cara a la opinión pública (internacional y nacional), como es el caso de los Estados nación y sus respectivas opiniones públicas. 2.2.2. Los intereses que promueve la diplomacia económica. Para Javier Morillas (2000) es su "finalidad económica" lo que define a la diplomacia económica. En este sentido, esta nueva diplomacia implica "la utilización de la capacidad de influencia política de los Estados en favor de sus intereses económicos en los mercados internacionales"<sup>54</sup>. La finalidad económica como rasgo característico de la diplomacia económica

● 100% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

## Textstelle (Originalquellen)

Dialogar con las instituciones internacionales con capacidad normativa y de decisión sobre el comercio internacional y la regulación del sistema financiero global (OMC, FMI, etc.). Anticipar potenciales conflictos con el resto de actores que operan en las relaciones económicas internacionales (ONG, Estados, empresas multinacionales ...) minimizando con ello riesgos políticos y económicos. Desarrollar en los foros multilaterales y medios de comunicación estrategias de posicionamiento que permitan mejorar, cuando no conservar, una imagen positiva y de buena reputación del país en cuestión, ONG o empresa. Crear un "capital social" gracias al diálogo con los actores que corren el riesgo de verse afectados por el desarrollo económico y la globalización. Preservar la legitimidad y la credibilidad de los actores de cara a la opinión pública (internacional y nacional), como es el caso de los Estados y sus respectivas opiniones públicas. 1.2.2. Los intereses que promueve la diplomacia económica Para Javier Morillas (2000) y J.M. Albares (2000) la diplomacia económica implica "la utilización de la capacidad de influencia política de los Estados en favor de sus intereses económicos en los mercados

de economía y comercio, y la de los funcionarios que realizan el seguimiento de las políticas económicas y comerciales del país<sup>1</sup> (Saner, 2001). Los intereses que promueve. Para Morillas (2000) es su "finalidad económica" lo que define a la diplomacia económica. Para el autor, esta actividad f LA DIPLOMACIA ECONÓMICA DE LOS PLANES INTEGRALES DE DESARROLLO DE MERCADO Pedro Sánchez Pérez-Castejón\* Juan Padilla

como es el caso de los Estados y sus respectivas opiniones públicas. 1.2.2. Los intereses que promueve la diplomacia económica Para Javier Morillas (2000) y J.M. Albares (2000) la diplomacia económica implica "la utilización de la capacidad de influencia política de los Estados en favor de sus intereses económicos en los mercados internacionales". La finalidad económica como rasgo característico de la diplomacia económica es compartida por José Eugenio Salarych (2010), para quien la diplomacia debe estar "al servicio de los verdaderos protagonistas de la política

- 11 Ocaña, Carlos/Sanchez, Pedro: La nu..., 2010, S. 0
- 4 Sanchez, Pedro: /Fernández-Vega, Juan Padilla: LA D..., 2012, S. 3031
- 11 Ocaña, Carlos/Sanchez, Pedro: La nu..., 2010, S. 0

PlagiatService  
Prüfbericht  
831713  
14.12.2018  
32



## Textstelle (Prüfdokument) S. 45

es compartida por José Eugenio Salarych (2010) para quien la diplomacia debe estar "al servicio de los verdaderos protagonistas de la política exterior, los ciudadanos interesados en promover internacionalmente sus intereses". Así, la diplomacia económica se constituye en la "oportunidad de contribuir al crecimiento económico (...) para que nuestras empresas creen empleo, para exportar nuestra tecnología y para promover nuestra industria cultural"<sup>55</sup>. Geoff Berridge y Alan James (2005) definen la diplomacia económica como "la labor diplomática de apoyo y promoción de los sectores empresariales e inversores del Estado Nación"<sup>56</sup>. Para Albares Bueno, J.M. (2000) la "búsqueda del resultado económico (...) y los resultados políticos (...) predominan en la diplomacia económica". En efecto, tal y como nos recuerda el autor<sup>57</sup>, la creación de la antigua Comunidad Económica Europea "fue una construcción económica que tenía sus propios méritos pero que a largo plazo contemplaba objetivos políticos: la consolidación de la paz, la organización de Europa".

## Textstelle (Originalquellen)

influencia política de los Estados en favor de sus intereses económicos en los mercados internacionales". La finalidad económica como rasgo característico de la diplomacia económica es compartida por José Eugenio Salarych (2010), para quien la diplomacia debe estar "al servicio de los verdaderos protagonistas de la política exterior, los ciudadanos interesados en promover internacionalmente sus intereses". Así, la diplomacia económica se constituye en la "oportunidad de contribuir al crecimiento económico (...) para que nuestras empresas creen empico, para exportar nuestra tecnología y para promover

diplomacia debe estar "al servicio de los verdaderos protagonistas de la política exterior, los ciudadanos interesados en promover internacionalmente sus intereses". Así, la diplomacia económica se constituye en la "oportunidad de contribuir al crecimiento económico (...) para que nuestras empresas creen empico, para exportar nuestra tecnología y para promover nuestra industria cultural". Geoff Berridge y Alan James (2005) definen la diplomacia económica como "la labor diplomática de apoyo y promoción de los sectores empresariales e inversores del Estado". D\* - con t" imtúdonw Intematiorwlei. "f Jg fi v7yd\* cJ\*<ñ\*" sobr" <H

crecimiento económico (...) para que nuestras empresas creen empico, para exportar nuestra tecnología y para promover nuestra industria cultural". Geoff Berridge y Alan James (2005) definen la diplomacia económica como "la labor diplomática de apoyo y promoción de los sectores empresariales e inversores del Estado". D\* - con t" imtúdonw Intematiorwlei. "f Jg fi v7yd\* cJ\*<ñ\*" sobr" <H comercio intwioi\*\* V >\* np"!\*" dri aterra firtinciefO 9 ob4l (OMC FMI- AntkjwpMHtwlHconffirtcon el restode "k" cjj\*epeririff inuf. Oor\*" ..) fnrilmLíir>

sentido, la diplomacia económica implica "la utilización de la capacidad de influencia política de los Estados a favor de sus intereses económicos en los

- 11 Ocaña, Carlos/Sanchez, Pedro: La nu..., 2010, S. 0

● 33% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

33

## Textstelle (Prüfdokument) S. 45

Albares Bueno (2000) define la diplomacia económica como " la búsqueda de objetivos económicos por medios diplomáticos, se apoye o no en instrumentos económicos para alcanzarlos y que puede lograr también objetivos políticos"<sup>58</sup>. Con todo, tal y como alerta acertadamente Albares Bueno, J.M. (2000) la consecución de los intereses políticos y económicos pueden no ser coincidentes. En ocasiones, los Estados usan herramientas de naturaleza económica contraproducentes para sus intereses económicos aunque sean entendidos como convenientes para lograr determinados objetivos políticos. Un ejemplo de lo expuesto es el reciente embargo (2012) que la

54 Morillas, J. (2000): La diplomacia económica, la otra mediación del Estado, pps. 41-44.

55 Eugenio Salarych, J. (2010): La diplomacia económica como eje de la política exterior española, p.4.

56 Berridge, Geoff R., Alan J. (2001): A dictionary of Diplomacy. p.1.

57 Albares Bueno, J.M. (2000): La Diplomacia Económica y Comercial. La mediación de la diplomacia en el mercado, pps.7-15.

58 Idem, p. 4.

## Textstelle (Originalquellen)

mercados internacionales"<sup>4</sup>. Albares Bueno (2000:<sup>5</sup>) define la diplomacia económica como " la búsqueda de objetivos económicos por medios diplomáticos, se apoye o no en instrumentos económicos para alcanzarlos y que puede lograr también objetivos políticos". En efecto, tal y como alerta acertadamente Albares Bueno, J.M. (2005:4) la consecución de los intereses políticos y económicos pueden no ser coincidentes. (c) Las materias de las que se ocupa: para Rana Kishan (2000: 96-127 y 144-148) los cuatro pilares sobre los que se asienta el trabajo de la diplomacia económica son: (i)

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 2

● 19% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

34

## Textstelle (Prüfdokument) S. 46

economía europea. 2.2.3. Las materias de la diplomacia económica. Para Bayne y Woolcock (2011) la diplomacia económica es la "gestión de las cuestiones relativas a la economía internacional"<sup>59</sup>. Dando un paso más, Odell (2000) define la negociación internacional económica por **las materias de las que se ocupa: "políticas relativas a la producción y la circulación de bienes y servicios, inversiones (incluyendo la ayuda oficial al desarrollo, dinero, información y el marco regulatorio en el que se desarrollan estas actividades)"<sup>60</sup>**. Por su parte, Bayne y Woolcock (2011) concretan las materias de la diplomacia económica en el comercio, las finanzas, la energía y la sostenibilidad global. Para Tom Amolo (2009) las materias **son: la promoción del comercio y la inversión**, el mejor funcionamiento de los mercados, la reducción de los costes y del riesgo en las transacciones internacionales, asegurar el respeto a la propiedad privada, y el desarrollo del sector de las telecomunicaciones, la energía y las redes

59 Bayne N. y Woolcock S. (2011): The New Economic Diplomacy, pps: 2-3.

60 Odell, J. (2000): Negotiating the World Economy, p.11.

## Textstelle (Originalquellen)

que puede lograr también objetivos políticos". En efecto, tal y como alerta acertadamente Albares Bueno, J.M. (2005:4) la consecución de los intereses políticos y económicos pueden no ser coincidentes. (c) **Las materias de las que se ocupa:** para Rana Kishan (2000: 96-127 y 144-148) los cuatro pilares sobre los que se asienta el trabajo de la diplomacia económica son: (i) la promoción del comercio, otorgando una especial

el fin de lograr sus intereses económicos, y en ocasiones también políticos, en los mercados mundiales. Las cuatro áreas sobre las que trabaja la diplomacia económica **son: (i) la promoción del comercio, (ii) la promoción de la inversión, (iii) la captación de tecnología y conocimiento, y (iv) la gestión de la Ayuda al Desarrollo**. El estudio de la diplomacia económica incorporará el análisis

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 2
- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 3

● 4% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

35

## Textstelle (Prüfdokument) S. 47

mejor funcionamiento de los mercados, la reducción de los costes y del riesgo en las transacciones internacionales, asegurar el respeto a la propiedad privada, y el desarrollo del sector de las telecomunicaciones, la energía y las redes de transporte<sup>61</sup>. Para Rana Kishan (2000) los cuatro pilares sobre los que se asienta el trabajo de la diplomacia económica son: (a) la promoción del comercio, otorgando una especial atención a las exportaciones sobre las importaciones; (b) la promoción de la inversión, sobre todo, la atracción de inversión extranjera al país en cuestión; (c) la atracción de tecnología; (d) la gestión de la Ayuda al Desarrollo, de importancia capital para los países en vías de desarrollo como receptores de la misma y para los países desarrollados como principales donantes que son<sup>62</sup>. 2.2.4. Negociación y toma de decisión en la diplomacia económica. Woolcock (2011) a partir de los estudios realizados por Putman, R.D. (1988) añade un nuevo rasgo al estudio de la diplomacia económica: la investigación de los procesos de toma de decisión y de negociación llevados a cabo por los actores implicados<sup>63</sup>. En un mundo global e interdependiente la frontera entre las decisiones en materia de política económica doméstica e internacional se

61 Amolo, T. (2009): Some thoughts on Economic Diplomacy and its impact on International Relations, pps. 2-3.

62 Kishan R. (2000): Diplomacia Interior. pps. 96-127 y pps.144-48.

63 Woolcock S. (2011): Theoretical Analysis of Economic Diplomacy, pps: 21-42.

## Textstelle (Originalquellen)

efecto, tal y como alerta acertadamente Albares Bueno, J.M. (2005:4) la consecución de los intereses políticos y económicos pueden no ser coincidentes. (c) Las materias de las que se ocupa: para Rana Kishan (2000: 96-127 y 144-148) los cuatro pilares sobre los que se asienta el trabajo de la diplomacia económica son: (i) la promoción del comercio, otorgando una especial atención a las exportaciones sobre las importaciones; (ii) la promoción de la inversión, sobre todo, la atracción de inversión extranjera al país en cuestión; (iii) la atracción de tecnología; (iv) la gestión de la Ayuda al Desarrollo. (d) La investigación de los procesos en la negociación y la toma de decisión: Woolcock (2011:21) a partir de los estudios realizados por Putman, R. D. (1988: 427-60) añade este nuevo rasgo al estudio de la diplomacia económica<sup>5</sup>. Así, la diplomacia económica deja de ser un asunto que afecte en exclusiva a las relaciones económicas

Ayuda al Desarrollo. La investigación de los procesos de negociación y de toma de decisión. Woolcock y Baine (2011) a partir de los estudios realizados por Putman (1988) y Odell (2000) añaden un nuevo rasgo al estudio de la diplomacia económica. La globalización, señalan los autores, ha pulverizado la frontera entre los asuntos domésticos y aquellos otros de índole internacional. Todo ello

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 2
- 4 Sanchez, Pedro: /Fernández-Vega, Juan Padilla: LA D..., 2012, S.

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

36

● 18% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

## Textstelle (Prüfdokument) S. 47

mundo global e interdependiente la frontera entre las decisiones en materia de política económica doméstica e internacional se difumina cuando no **deja de** existir. En este sentido, **la diplomacia económica** no es **un asunto que** afecta exclusivamente a **las relaciones económicas internacionales sino que** incide de lleno en la política doméstica ya que, insistimos, el país en cuestión opera en un mundo globalizado e interdependiente en el cual las decisiones nacionales de política económica afectan al conjunto del sistema económico

## Textstelle (Originalquellen)

por Putman, R.D. (1988: 427-60) añade este nuevo rasgo al estudio de **la diplomacia económica**<sup>5</sup>. Así, la diplomacia económica **deja de ser un asunto que** afecte en exclusiva a **las relaciones económicas internacionales sino que** impacta de lleno en la vida social, económica y política doméstica lo que borra cualquier frontera entre política económica doméstica e internacional. Todo ello tiene como una

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 2

● 2% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

37



**ProfNet**

Institut für Internet-Marketing

## Textstelle (Prüfdokument) S. 49

dos nuevas fuentes de tensión dialéctica a la hora de analizar la diplomacia económica<sup>68</sup> : (a) La dialéctica entre el Gobierno y los nuevos actores: a lo largo de las últimas décadas, los Gobiernos han transferido mucho de su poder a **agentes económicos privados (empresas e inversores)**. Con el objetivo de impulsar el comercio internacional, los Estados han desmantelado sus barreras arancelarias, han privatizado las empresas públicas y han rebajado la regulación sobre la actividad económica. Esta transferencia de poder afecta a la diplomacia económica, que debe articular fórmulas de colaboración público privada para la consecución de sus objetivos. En la presente investigación veremos algunos ejemplos sobre estas fórmulas innovadoras de colaboración entre ambos agentes -público y privado- en la diplomacia

68 Idem, p. 9.

## Textstelle (Originalquellen)

sus principales consecuencias la mayor complejidad en la toma de decisiones. Junto a ello, la transferencia de poder que los Estados han realizado en favor de **agentes económicos privados -empresas e inversores-** (Woolcock y Bayne (2011:9-10). DEFINICIÓN DE LA DIPLOMACIA ECONÓMICA Enumeradas sintéticamente las diferentes aproximaciones que la literatura económica ha elaborado sobre la diplomacia económica, a continuación propondremos la

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 2

● 2% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

38

## Textstelle (Prüfdokument) S. 52

de euros<sup>72</sup>. 2.4. Definición de la **diplomacia económica**. Una vez enumeradas las distintas **aproximaciones que la literatura económica ha** venido desarrollando sobre esta nueva diplomacia, pasaremos a exponer la definición sobre **diplomacia económica** que vamos a utilizar en **la presente investigación**. **Definición que recoge** los elementos principalmente expuestos con anterioridad **por los autores Bayne, Woolcock, Saner, Yiu, José Manuel Albares Bueno, Javier Morillas y Rana Kishan**. En este sentido, definiremos la diplomacia económica como: Las **acciones emprendidas por el conjunto de actores que conforman el Estado para lograr sus intereses económicos en los mercados mundiales**. Las **7** áreas en las que trabaja la diplomacia económica son: (a) **la promoción del comercio**, el turismo y la inversión, (b) las finanzas, (c) **la captación de tecnología y conocimiento**, (d) **la energía y la sostenibilidad global**, (e) la cooperación **al desarrollo**, (f) la seguridad económica, y (g) las Estrategias de Marca País. El estudio de la diplomacia económica analizará la coherencia o los conflictos que pudieran surgir entre los objetivos políticos y económicos en el marco **de la política exterior** de los Estados.

● **12%** Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

## Textstelle (Originalquellen)

ECONÓMICA Enumeradas sintéticamente las diferentes **aproximaciones que la literatura económica ha** elaborado sobre la **diplomacia económica**, a continuación propondremos la definición en base a la que realizaremos **la presente investigación**. **Definición que recoge** principalmente las definiciones referidas anteriormente y aportadas **por los autores Bayne, Woolcock, Saner, Yiu, José Manuel Albares Bueno, Javier Morillas y Rana Kishan**. Así, definiremos la diplomacia económica como: "El conjunto de acciones emprendidas por el total de actores que conforman el sector público -Estado- con el fin

Woolcock, Saner, Yiu, José Manuel Albares Bueno, Javier Morillas y Rana Kishan. Así, definiremos la diplomacia económica como: "El conjunto de **acciones emprendidas por el total de actores que conforman el sector público -Estado-** con el fin de lograr sus intereses económicos, y en ocasiones también políticos, en los mercados mundiales. Las cuatro áreas sobre las que

Así, entenderemos la diplomacia económica como "el conjunto de acciones impulsadas por el total de actores que forman parte del Estado, cuyo objetivo es promover **sus intereses económicos en los mercados mundiales**. Las tres áreas sobre las que trabaja la diplomacia económica son: (i) la promoción del comercio, (ii) la promoción y atracción de inversión, (iii) la captación de tecnología y de conocimiento.

el fin de lograr sus intereses económicos, y en ocasiones también políticos, en los mercados mundiales. Las cuatro áreas sobre las que trabaja la diplomacia económica son: (i) **la promoción del comercio**, (ii) la promoción de la inversión, (iii) **la captación de tecnología y conocimiento**, y (iv) **la gestión de la Ayuda al Desarrollo**. El estudio de la diplomacia económica incorporará el análisis de la diplomacia comercial, entendida esta como un estadio inicial

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 3
- 4 Sanchez, Pedro: /Fernández-Vega, Juan Padilla: LA D..., 2012, S.
- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 3

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

39

## Textstelle (Prüfdokument) S. 53

Con el objeto de mejorar la eficacia de las acciones emprendidas, la diplomacia económica investigará los procesos de negociación y toma de decisión de los actores implicados. En el presente Capítulo hemos descrito el impacto que la globalización, la interdependencia de las economías y el desarrollo de las Nuevas Tecnologías ha significado para los agentes económicos. El escenario de las relaciones económicas se

72 Diario El País (2011): el mayor fondo chino desmiente al gobierno y niega que vaya a invertir nueve mil millones de euros en las Cajas. Publicado el 14/11/2011.

## Textstelle (Originalquellen)

Ayuda al Desarrollo. El estudio de la diplomacia económica incorporará el análisis de la diplomacia comercial, entendida esta como un estadio inicial de la DE. Con el objeto de mejorar la eficacia de las acciones emprendidas para el logro de los intereses que persigue, la diplomacia económica investigará los procesos de negociación y toma de decisión de los actores implicados". 2. NUEVOS INSTRUMENTOS DE LA DIPLOMACIA ECONÓMICA. EL CASO DE LOS PLANES INTEGRALES DE DESARROLLO (PIDM) Una de

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 3

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

40

● 13% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit



ProfNet

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 53

del sector público debe adecuarse a las nuevas exigencias incorporando como elemento central de su estrategia la diplomacia económica, de lo contrario corre el riesgo de ser ineficaz en la defensa **los intereses** de su país **en la era de la globalización**. CAPÍTULO 3. LA DIPLOMACIA ECONÓMICA DE LOS ENTES SUBESTATALES (I): LAS REGIONES. 3.1. INTRODUCCIÓN. Las regiones son en la actualidad actores habituales en las relaciones internacionales. Criequemans (2010) divide gráficamente la evolución seguida por las regiones en su proceso de internacionalización, en tres "oleadas"<sup>73</sup>: La primera de las oleadas, siempre según el autor, aconteció en la década de 1980, en la que se

73 Criequemans, D. (2010): Foreign Policy and Diplomacy of the Belgian Regions: Flanders and ywallonia, pps. 1-30.

## Textstelle (Originalquellen)

Rey Juan Carlos. Abstract En este trabajo se analiza la creciente importancia que el fomento de **los intereses** económicos nacionales tiene en las relaciones internacionales. **En la era de la globalización**, la diplomacia económica - entendida como el conjunto de acciones emprendidas por los distintos actores que conforman el Estado Nación en la promoción y defensa de sus

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 1

● **2%** Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

41



**ProfNet**

Institut für Internet-Marketing

## Textstelle (Prüfdokument) S. 58

función del país del que se trate, llegando a existir diferencias en su significado inclusive dentro de un mismo país. En la presente investigación utilizaremos la definición dada por Chehabi (1995) y Kólling (2006) que identifican a la región con "una unidad subnacional que posee un cierto grado de autonomía política, económica y constitucional, un territorio dado, una población y un Gobierno que ejerce un grado de autoridad sobre la población de su territorio"<sup>87</sup>. El grado de autonomía de la región dependerá del nivel de descentralización política existente en el Estado Nación al que pertenezca. Finalmente, tal y como recuerdan Kólling (2006) y Hocking (1993), la combinación de autonomía política de las regiones y

<sup>87</sup> Chehabi, H.E. (1995): The Components of Composite States and the Conduct of Transfederal Relations, pps. 1-25.

## Textstelle (Originalquellen)

los estados miembros.<sup>15</sup> Dado que las cooperaciones económicas pueden desarrollarse a diferentes niveles, el término región que se va a adoptar en este caso se define como una unidad subnacional que posee un cierto grado de autonomía política, económica y constitucional, un territorio dado, una población y un Gobierno que ejerce un grado de autoridad sobre la población de su territorio,<sup>16</sup> y este grado de autoridad de la entidad subestatal está condicionado por el nivel de la descentralización política en el estado nacional. Según esta definición, las

- 12 Kölling, Mario: La cooperación econ..., 2006, S. 17

● 0% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

42

## Textstelle (Prüfdokument) S. 58

de soberanía, monopolizada por los Estados Nación, hace que estos entes subnacionales actúen en el terreno de **las relaciones** internacionales en dos dimensiones: la propia de los Estados Nación y la correspondiente a los actores no estatales<sup>88</sup>. (c) **Al igual que el resto de** instituciones subnacionales, la acción exterior de las regiones origina una cooperación competitiva respecto al Estado Nación a veces complementaria y en ocasiones enfrentada a los objetivos de política exterior marcados por el Estado Nación. Para César Colino (2007) existen

88 Kölling, M. (2006): La cooperación económica y las regiones, p.8.

## Textstelle (Originalquellen)

El Plan China + incluye dos nuevos objetivos a los anteriores: reforzar **las relaciones** institucionales entre ambos países y promover la cooperación en terceros países de la zona. **Al igual que el resto de** PIDM, la estrategia hacia China repite el mismo esquema de actuación: (i) apoyo al comercio; (ii) apoyo a la inversión; (iii) apoyo institucional; (iv) información y formación. Como innovación, el PIDM 2005-2008,

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 7

● 2% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

43

## Textstelle (Prüfdokument) S. 60

ha realizado en la investigación de la acción exterior de los entes subnacionales. Seguidamente, a partir de un análisis comparativo de las estrategias de diplomacia económica realizadas por diferentes regiones de distintas áreas geográficas, elaboraremos el "[Mapa de la Diplomacia Económica de las Regiones](#)" que pretende ser una guía básica de las acciones económicas en el exterior, emprendidas por estos entes subnacionales. La investigación de la diplomacia económica impulsada por las Comunidades Autónomas españolas, la realizaremos en el siguiente Capítulo. 3.2. Las causas de la acción exterior de las regiones. Las razones de este intensivo y extensivo activismo internacional de las regiones, registrado en toda

## Textstelle (Originalquellen)

● 0% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

44



**ProfNet**

Institut für Internet-Marketing

## Textstelle (Prüfdokument) S. 69

la celebración de Acuerdos de cooperación con otros territorios y/o asociaciones de empresarios del territorio. Entre las ventajas de este tipo de acciones se encuentra, sin duda, la visibilidad exterior de la región y la promoción y la **defensa de sus intereses económicos**; pero con el riesgo de incurrir en costes adicionales al poder duplicar acciones, y la posible interferencia de la acción exterior regional en la política exterior del Estado. En segundo lugar, el apartado de "Acciones compartidas"

## Textstelle (Originalquellen)

de la globalización, la diplomacia económica -entendida como el conjunto de acciones emprendidas por los distintos actores que conforman el Estado Nación en la promoción y **defensa de sus intereses económicos** en los mercados mundiales- es un elemento nuclear en el diseño y el desarrollo de la acción diplomática de los Estados. Una acción exterior que ya

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 1

● 2% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

45

**ProfNet**

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 69

del Estado) en foros ministeriales en los que se comparte la decisión entre Gobierno nacional y regional(es), la presencia de las regiones en Embajadas y/o oficinas comerciales del Estado en el extranjero (algo que desarrolla España), y la participación de representantes de los gobiernos regionales en las delegaciones nacionales en misión comercial, etc. Las consecuencias de este tipo de actuaciones es contar con una acción exterior integrada, una mayor racionalidad del gasto al no incurrir en posibles duplicidades; pero con una mayor complejidad en los procesos de negociación y toma de decisiones Estado y regiones, con el riesgo de ralentizar la acción exterior y, por último, la pérdida de visibilidad de la región en el exterior. Con todo, tal y como señala Cornago (2010), la variedad de políticas emprendidas por

## Textstelle (Originalquellen)

Nos estamos refiriendo al texto que fue aprobado por unanimidad en el CdR, en el 41<sup>er</sup> Pleno, celebrado los días 14 y 15 de noviembre de 2001, el Dictamen sobre "La participación<sup>89</sup> de representantes de los gobiernos regionales en los trabajos del Consejo de la Unión Europea<sup>89</sup> y la del Comité de las Regiones en los Consejos informales" (CDR 431/2001), publicado en<sup>89</sup> el DOCE, C 107, de 3 de

domésticos y aquellos otros de índole internacional. Todo ello explica, en buena medida, el creciente activismo de los entes territoriales en las relaciones internacionales (Chavagneux, 1999), y la mayor complejidad en los procesos de negociación y toma de decisión por parte de los actores implicados. Una vez enumeradas las diferentes aproximaciones que la literatura hace sobre la diplomacia económica, propondremos a continuación la definición

- 13 Cuadernos Europeos de Deusto, 2007, S. #P190#IÑARRITU
- 4 Sanchez, Pedro: /Fernández-Vega, Juan Padilla: LA D..., 2012, S.

● 12% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

46

## Textstelle (Prüfdokument) S. 73

**comercio internacional** de las regiones españolas no ha dejado de crecer: durante el periodo 1995-2007, la evolución de **las importaciones** provenientes del resto del mundo crecieron un 227,7% mientras que las **exportaciones internacionales** lo hicieron en un 166,4%; **en comparación con el menor dinamismo del comercio interregional** (con una tasa de crecimiento del 103,1%) e intrarregional (97,3%) para el periodo 1995-2007<sup>127</sup>. Entre 2008 y <sup>2011</sup>, periodo marcado por la crisis económica, el volumen de exportaciones e importaciones al resto del mundo ha aguantado mejor los efectos de la crisis, como

2011 Var. Anual

## Textstelle (Originalquellen)

crecimiento del **comercio internacional** ha sido más elevado. En concreto, a lo largo del periodo analizado (1995-2006) el mayor crecimiento ha correspondido a **las importaciones** (201%) y a las **exportaciones internacionales** (144%), **en comparación con el menor dinamismo del comercio interregional (96%) e** intrarregional (99%). Con ello se confirma que el comercio interior sigue siendo el protagonista en términos absolutos, aunque el proceso de apertura exterior de la

- 14 La base de datos C-intereg sobre el..., 2009, S. 263

● 9% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

47

**ProfNet**

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 78

fricciones. Así, el que el responsable último en el **cumplimiento de** un acuerdo internacional (o europeo) sea diferente al encargado de su implementación provoca tensiones, como por ejemplo, en el caso del **cumplimiento de los compromisos de estabilidad presupuestaria derivados del Pacto de Estabilidad y Crecimiento**. A ello volveremos a lo largo del presente capítulo. De igual forma, la cooperación competitiva entre el Estado Nación y el ente subnacional, en este caso las CC.AA puede degenerar en una acción diplomática disfuncional incurriendo en costos económicos

## Textstelle (Originalquellen)

obra, atendiendo al flujo real de la misma, e independientemente del momento de su entrega y pago, lo que es importante a efectos del **cumplimiento de** los objetivos **de estabilidad presupuestaria derivados del pacto de estabilidad y crecimiento** de la Unión Europea. En definitiva, sin una clara voluntad de incremento del presupuesto de Defensa acorde con el coste de estos programas y el tiempo

- 15 Planeamiento versus desider tum. So..., 2009, S. 54

● 9% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

48

ProfNet

Institut für Internet-Marketing





## Textstelle (Prüfdokument) S. 81

Europea, reforzada por las instituciones comunitarias tras la aprobación del Tratado de Lisboa. El Gobierno central reconoce una serie de cauces a través de los cuales las CC.AA pueden participar e influir en las decisiones del Estado Nación: (a) **la Conferencia de Presidentes**, (b) **las Conferencias Sectoriales**, (c) **las Comisiones bilaterales**; y (d) otras formas de participación indirecta. Los cauces **de cooperación** entre institución nacional y regional permiten supervisar la acción de las CC.AA como responsables del cumplimiento de acuerdos internacionales firmados por el Gobierno central. Así, el Consejo de

## Textstelle (Originalquellen)

relaciones interadministrativas. Un Estado descentralizado necesita la máxima cooperación entre administraciones. Para ello, la Ley dedica una especial atención a las técnicas orgánicas de cooperación, como **la Conferencia de Presidentes, las Conferencias Sectoriales o las Comisiones Bilaterales de Cooperación**. Asimismo, se incluye una completa regulación de los consorcios. También la Ley se refiere a las técnicas funcionales, abordando por primera vez un régimen

- 16 Actualización del Programa de Estab..., 2012, S. #P60#trámites

● **15%** Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

49

**ProfNet**

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 82

sido abordado en este importante foro. (b) Las Conferencias Sectoriales como mecanismos de coordinación Estado- CC.AA iniciaron su andadura en la década de 1980<sup>139</sup>. Entre sus funciones se encuentra (a) el intercambio de información entre instituciones; (b) el debate y la participación en la elaboración de los proyectos normativos del Estado; (c) el debate y la participación en la elaboración de la posición española en los asuntos comunitarios o internacionales que afecten a las competencias de las CC.AA; (d) el debate y adopción de planes y programas de actuación; (e) el debate y adopción de acuerdos sobre criterios de distribución de créditos presupuestarios estatales<sup>140</sup>. (c) En el campo de la diplomacia económica es

## Textstelle (Originalquellen)

en las políticas intercambiar información y datos estadísticos. tigungen y campañas de ámbito nacional a 41 FUNCIONES: 2. DEBATE Y PARTICIPACIÓN EN LA ELABORACIÓN DE LOS PROYECTOS NORMATIVOS DEL ESTADO. 43 2. DEBATE Y PARTICIPACIÓN EN LA ELABORACIÓN DE LOS PROYECTOS NORMATIVOS DEL ESTADO. CONFERENCIA SECTORIAL DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL. Artículo 8.- Contenido y Funciones. <sup>1</sup>. Las actividades a desarrollar por la Conferencia Sectorial para el cumplimiento de sus fines serán, entre otras, sean sometidos 49 FUNCIONES: 3. DEBATE Y PARTICIPACIÓN EN LA ELABORACIÓN DE LA POSICIÓN ESPAÑOLA EN ASUNTOS COMUNITARIOS O INTERNACIONALES QUE AFECTEN A LAS COMPETENCIAS DE LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS. 51 3. DEBATE Y PARTICIPACIÓN EN LA ELABORACIÓN DE LA POSICIÓN ESPAÑOLA EN ASUNTOS COMUNITARIOS O INTERNACIONALES QUE AFECTEN A LAS COMPETENCIAS DE LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS. CONFERENCIA SECTORIAL DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL. Artículo 8.- Contenido y Funciones. 2. En especial, el Consejo Consultivo de Política Agrícola para Asuntos Comunitarios tiene las siguientes

LA ELABORACIÓN DE LA POSICIÓN ESPAÑOLA EN ASUNTOS COMUNITARIOS O INTERNACIONALES QUE AFECTEN A LAS COMPETENCIAS DE LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS .....49 4. DEBATE Y ADOPCIÓN DE PLANES Y PROGRAMAS DE ACTUACIÓN .....59 5. DEBATE Y ADOPCIÓN DE ACUERDOS SOBRE CRITERIOS DE DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS PRESUPUESTARIOS ESTATALES. ....69 - QUÓRUM DE CONSTITUCIÓN Y FUNCIONAMIENTO.....75 - RÉGIMEN DE ADOPCIÓN DE ACUERDOS .....85 - ÓRGANOS DE APOYO DE LAS CONFERENCIAS SECTORIALES .....101 5 NATURALEZA Y RÉGIMEN JURÍDICO. 7 CONFERENCIA SECTORIAL DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL.

Asuntos relacionados con la Unión Europea ejercerá sus funciones y ajustará su actuación a lo dispuesto en la Ley 2/1997, de 13 de marzo, por la que se

- 17 REGLAMENTOS DE LAS CONFERENCIAS SEC..., 2012, S.

PlagiatService  
Prüfbericht

831713

12.2018

50

● 26% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

## Textstelle (Prüfdokument) S. 82

la Conferencia para Asuntos Relacionados con la Unión Europea, en la que mayores avances se han producido. En un posterior apartado investigaremos más en detalle el trabajo de estas Conferencias. Estos foros sectoriales son presididos por el Ministro del ramo y la vicepresidencia es rotativa entre los

140 Para una información más detallada, Ministerio de Administraciones Públicas (2006): Reglamentos de las Conferencias Sectoriales. Textos comparados.

## Textstelle (Originalquellen)

regula la Conferencia para Asuntos relacionados con la Unión Europea, en la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público y en el presente Reglamento. Artículo 4. Composición. 1. Integran la Conferencia en Pleno, de acuerdo con lo

- 18 Reglamento interno del carue texto ..., 2001, S. 2

● 22% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

51



**ProfNet**

Institut für Internet-Marketing

## Textstelle (Prüfdokument) S. 82

de Autonomía, aprobados en 2006 y 2007, y en particular en los Estatutos de Cataluña, Andalucía, Aragón, Baleares, Extremadura y Castilla y León<sup>141</sup>. Existen Comisiones bilaterales no estatutarias para la Comunidad de Valencia, Galicia, Cantabria, Principado 139 Las Conferencias Sectoriales están reguladas en el artículo 5 de la Ley 340/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo común. De igual forma, en su Sentencia 76/1993 el Tribunal Constitucional señalaba "la necesidad de hacer compatibles los principios de unidad y autonomía en que se apoya la organización territorial del Estado constitucionalmente establecida implica la creación de instrumentos que permitan articular la actuación de las diversas Administraciones públicas, entre las que se encuentran las Conferencias Sectoriales". de Asturias, Canarias, Castilla la Mancha y la Comunidad de Madrid. Algunas de estas comisiones tratan asuntos de rango europeo e internacional de interés para la CC.AA en cuestión. (e) Las CC.AA tienen otras formas de servirse de los cauces

141 Las Comisiones bilaterales recibieron un impulso decisivo con la reforma del artículo 33 de la Ley Orgánica 1/2000 de 7 de enero, que les atribuye la finalidad de ser un foro intermedio

## Textstelle (Originalquellen)

los que se ha intentado la notificación sin haberse podido practicar. Lo que se notifica por medio de la presente, de conformidad con lo establecido en el artículo 59 de la Ley 30/92, de 26 de Noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común. De acuerdo con lo dispuesto en el artículo 61 de la Ley 30/92, de 26 de Noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, los

órganos. Como una referencia compartida, los Reglamentos suelen reproducir el contenido de la Sentencia 76/1983, de 5 de agosto, del Tribunal Constitucional, ya apuntada, que estableció que "la necesidad de hacer compatibles los principios de unidad y autonomía en que se apoya la organización territorial del Estado constitucionalmente establecida implica la creación de instrumentos que permitan articular la actuación de las diversas Administraciones públicas, entre los que se encuentran las Conferencias sectoriales". La vinculación con el contenido de esta Sentencia ha impedido el desarrollo de una caracterización detallada del órgano,

- 19 Administración del Estado, 1992, S. 13
- 17 REGLAMENTOS DE LAS CONFERENCIAS SEC..., 2012, S.

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

52

● 22% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

## Textstelle (Prüfdokument) S. 83

Dirección de Gobernanza Política y Desarrollo Territorial de la OCDE; y a partir de 2011-12 la cesión de espacios a las autoridades regionales en Embajadas y Oficinas comerciales pertenecientes al **Gobierno de España**. 4.3.2. Acción directa de las CC.AA. Diferenciaremos entre aquella realizada **ante las instituciones comunitarias, en** especial, aquella vinculada al Comité de las Regiones (órgano de máxima representación de las CC.AA en la UE); las Agrupaciones Europeas de Cooperación Territorial (en adelante, AECT) creadas al amparo del reglamento CE 1082/2006143; los acuerdos de

## Textstelle (Originalquellen)

de consecución de los objetivos finales. La evaluación de los PIDM es recogida en los Programas Nacionales de Reforma<sup>12</sup> que el **gobierno de España** presenta **ante las instituciones comunitarias, en** el marco de la cooperación reforzada de las políticas económicas de los estados miembros. Los países objetivos escogidos por el gobierno de España son doce:

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 4

● **2%** Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

53

**ProfNet**

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 84

que los objetivos de la diplomacia económica son diferentes a aquellos de la AOD (la primera, trata de promover los intereses económicos en terceros países, mientras que la segunda, tiene que ver con la promoción del desarrollo y el bienestar económico de los países en desarrollo); queda por investigar si existen espacios de intersección entre la diplomacia económica y la AOD. En la presente investigación haremos una aproximación al respecto tomando como ejemplo la AOD emitida por las regiones españolas entre 2000 y 2010. Los apartados anteriores suponen (4.3.1. y 4.3.2.) una Política Exterior del Estado acoplada, esto es, alineada

## Textstelle (Originalquellen)

Grecia 435,90 0,20 21. Portugal 364,10 0,27 22. Luxemburgo 289,40 0,92 23. Nueva Zelanda 224,80 0,30 Total países CAD 85.874,80 0,31 Fuente: MAEC: Seguimiento del PACI 2009 2.2.c. Países socios Establecido que el objetivo de la AOD es "promover el desarrollo y el bienestar económico de los países en desarrollo", el CAD elabora periódicamente la relación de países en desarrollo a los que se alude también como "países socios" susceptibles de recibir fondos de AOD. Y lo

- 9 FEMP: La Cooperación para el Desarr..., 2011, S. 55

● 9% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

54

## Textstelle (Prüfdokument) S. 96

de una determinada empresa. La literatura económica ha investigado la eficacia de las Agencias de promoción de la exportación, sin obtener resultados concluyentes. En su interesante y reciente trabajo, Gil Santiago, Llorca Rafael y Requena Francisco (2012) recuerdan **que ha sido en los últimos años cuando se** ha logrado medir con más eficacia el positivo impacto de las agencias en la promoción de las exportaciones del territorio. En coherencia con la literatura desarrollada al respecto, los mismos autores<sup>149</sup> plantean la necesidad de

149 Gil, S., Llorca, R. y Requena F. (2012): El impacto de las oficinas regionales de promoción de las exportaciones en los márgenes intensivo y extensivo, p.109.

## Textstelle (Originalquellen)

con el paso del tiempo su cuantía es inexorablemente menor que la pensión que perciben las viudas más recientes. Además, hay que tener en cuenta **que ha sido en los últimos años cuando se** han incrementado más las pensiones de jubilación al compás de la inflación, siguiendo las recomendaciones del Pacto de Toledo aprobado en 1995 (Meil, 2010:185). En esa medida,

- 20 La desigualdad de g nero en el sist..., 2011, S.

● 3% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

55



**ProfNet**

Institut für Internet-Marketing

## Textstelle (Prüfdokument) S. 97

mejorar la coordinación en la promoción exterior de las CC.AA, el Gobierno de España creó, en 2006, el Comité Interterritorial de Internacionalización (en adelante, CII). Los plenarios los convoca el Ministro/a de Economía y Competitividad y su Secretaría la lleva **la Subdirección General de Oficinas Económicas y Comerciales en el** extranjero y de la Red Territorial. Sus dos Comités (el de Promoción Exterior - CPE - y el de Atracción de Inversiones - CAI -) están coordinados por el ICEX e Invest in Spain respectivamente que llevan las secretarías, pero también su

## Textstelle (Originalquellen)

exterior, que como ya hemos dicho son 98 delegaciones en distintos países. Aunque muchas empresas creen que es "parte" del ICEX, en realidad dependen jerárquicamente de **la Subdirección General de Oficinas Económicas y Comerciales en el** Exterior, una de las subdirecciones que dependen de la D.G. de Comercio e Inversiones, dentro de la Secretaria General de Comercio, dependiente, a su vez, de la Secretaría

- 21 Estrategias y Plan de Internacional..., 2011, S.

● 3% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

56

ProfNet

Institut für Internet-Marketing





## Textstelle (Prüfdokument) S. 98

internacionalización y concentrar los esfuerzos en países estratégicos que refuercen la imagen tecnológica de España. Cuadro 13. Objetivos del **Plan Integrado de Refuerzo de las Exportaciones e Inversiones Extranjeras (2010)** **Aumentar la base exportadora** incrementando aquellas que exportan a 2.000 empresas/ año. **Facilitar la financiación para la internacionalización de las empresas.** I-1 **Ampliar y profundizar** el nivel de **capacitación de los jóvenes profesionales españoles** en materia de internacionalización. 1 **Mejorar la formación de las empresas españolas** en técnicas de internacionalización. I-1 **Profundizar en la cooperación entre los distintos agentes responsables de la promoción de la internacionalización empresarial**, en cuanto a los apoyos que proporcionan a las empresas y a los servicios de información que les ofrecen. I-1 **Optimizar las redes de oficinas en el exterior** sumando esfuerzos entre la Administración General del Estado, la Autonómica, las Cámaras de Comercio y la CEOE. Integrar los sistemas de información y formación. 1 **Incrementar el nivel de esfuerzo en I+D+i a través de la captación de inversión extranjera.** 1 **Facilitar la financiación para proyectos de I+D+i procedentes de empresas extranjeras.** I-1 **Concentrar esfuerzos en países estratégicos para reforzar la imagen tecnológica de España y su potencial para el establecimiento de centros para I+D+i.** Fuente: Secretaria de Estado de Comercio Exterior, ICEX (2011). Los principios sobre los que trabajó el Plan fueron la cooperación, la coordinación y el consenso entre todos los agentes públicos y privados que desempeñan tareas de apoyo a la internacionalización de las empresas y la atracción

● 31% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

## Textstelle (Originalquellen)

de "**Plan Integrado de Refuerzo de las Exportaciones e Inversiones Extranjeras**". Objetivos Dicho Plan presenta los siguientes objetivos: **Aumentar la base exportadora española en 2.000 empresas al año.** **Facilitar la financiación para la internacionalización de las empresas.** ENERO 2011 La CEC participa en el Plan Integrado de las Exportaciones e Inversiones Extranjeras Aprobado un Plan para aumentar las exportaciones españolas y facilitar su financiación **Ampliar y profundizar en la capacitación de jóvenes profesionales en materia de internacionalización.** **Mejorar la formación de las empresas españolas en técnicas de internacionalización.** **Profundizar en la cooperación entre los distintos responsables de la promoción de la internacionalización empresarial**, en cuanto a los apoyos que proporcionan a las empresas y a los servicios de información que les ofrecen. **Optimizar las redes de oficinas en el exterior** sumando esfuerzos entre la Administración General del Estado, la Autonómica, las Cámaras de Comercio y la CEOE. Integrar los sistemas de información y formación. **Incrementar el esfuerzo en I+D+i a través de la captación de inversión extranjera.** **Facilitar la financiación para proyectos de I+D+i procedentes de empresas extranjeras.** **Concentrar esfuerzos en países estratégicos para reforzar la imagen tecnológica de España y su potencial para el establecimientos de centros de I+D+i.** Para dotar de contenido a este Plan se han creado cuatro Grupos de Trabajo (en todos ellos ha participado la CEOE), en

- 22 CEC Cofederación de empresarios de ..., 2011, S. 0

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

57

## Textstelle (Prüfdokument) S. 99

habían sido puestas en marcha en su totalidad. Cuadro 14. 28 Medidas del Plan Integrado de Refuerzo de las Exportaciones e Inversiones Extranjeras (2010) AREA 1. Programa Iniciación y Pre-Iniciación a la Internacionalización AREA 2. Información y Formación Ofertar en cada CC.AA a las empresas una oferta integrada de los programas existentes de pre-iniciación e iniciación de exportaciones. Realizar jornadas de sensibilización co-organizadas y cofinanciadas para la captación de empresas con potencial de crecimiento. Garantizar la sostenibilidad del Plan de Iniciación a la Promoción Exterior ( PIPE) fundamental para la exportación de las PYMES. Puesta a disposición de las empresas de una oferta integrada de servicios de información. Extender los convenios de formación ya existentes entre el ICEX y determinadas CC.AA. Realizar jornadas y seminarios sobre acceso a la financiación para la internacionalización, con la colaboración del ICO, CESCE, COFIDES y otras instituciones. Realizar contenidos mínimos y recomendables de cursos de formación que vayan a ser impartidos a todos los becarios/técnicos que vayan a desarrollar funciones en las Oficinas Comerciales de España (

## Textstelle (Originalquellen)

Exportación y Formación Empresarial del ICEX. Las conclusiones de este Grupo, son las siguientes: Poner a disposición de las empresas, en el seno de cada Comunidad Autónoma, una oferta integrada de los programas existentes de pre-iniciación e iniciación a las exportaciones. Realizar jornadas de sensibilización, co-organizadas y cofinanciadas para la captación de empresas con potencial de crecimiento. Poner a disposición de las empresas, en el seno de cada CCAA, una oferta integrada de servicios de información para las empresas, mediante la elaboración de

elaboración de un catálogo de estos servicios, así como mediante la integración a través del sistema CAUCE (Centro de Asesoramiento Unificado en Comercio Exterior). Extensión de los convenios de formación ya existentes entre el ICEX y algunas CCAA, a todas ellas. Realización de jornadas y seminarios sobre acceso a la financiación para la internacionalización, en colaboración con ICO, CESCE y COFIDES. Desarrollar una relación de contenidos mínimos comunes para los cursos de formación impartidos a becarios y técnicos que vayan a incorporarse a las

- 22 CEC Cofederación de empresarios de ..., 2011, S. 0

● 12% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

58

ProfNet

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 100

trabajo en las Oficinas Comerciales de España, **para becarios y técnicos** que vayan a desarrollar su programa en ellas. Inversiones Extranjeras (2010) AREA 3. Promoción AREA 4. Redes en el Exterior **Elaboración de un Mapa de Innovación que permita** localizar **las mejores prácticas de colaboración empresa extranjera-universidad española**. Elaborar una Guía-**Buscador de incentivos** en materia de I+D+i que facilite el conocimiento de las **ayudas a los inversores extranjeros**. Constituir una **Unidad de Extranjería** y Desarrollo de Negocio para la atracción de talento investigador foráneo para

## Textstelle (Originalquellen)

trabajo de las OFCOMES **para becarios y técnicos**, impartidos por el Centro de Estudios Económicos y Comerciales (CECO). **Elaboración de un Mapa de Innovación que permita** identificar **las mejores prácticas de colaboración empresa extranjera-universidad española**. Elaboración, por parte de Invest in Spain, de una Guía **Buscador de Incentivos en I+D+i sobre ayudas a los inversores extranjeros**. Constitución de una **Unidad de Extranjería** y

- 22 CEC Cofederación de empresarios de ..., 2011, S. 0

● **3%** Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

59

**ProfNet**

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 100

participan en las mismas. Desarrollar de **un Plan de Infraestructuras en Brasil** (con motivo de la celebración de los eventos deportivos: Copa Confederaciones 2013, Copa Mundial de Fútbol 2014, Juegos Olímpicos 2016). Desarrollar conjuntamente **un Plan Made in/by Spain para Rusia, con ocasión del Año de España en Rusia (2011)**. Reforzar la promoción en el exterior del atractivo de España para la I+D+i para dar a conocer las ventajas que ofrece a los inversores extranjeros. Profundizar **en la colaboración entre las representaciones en el exterior de los miembros del CII**, siempre de forma voluntaria y con la finalidad de ir introduciendo un modelo de buenas prácticas en la colaboración institucional **en el exterior**. Optimizar **los espacios de las redes de Oficinas en el exterior**. Establecer unos

## Textstelle (Originalquellen)

**un Plan** de Infraestructuras en Brasil, para diversos sectores (infraestructuras, transporte, logística, equipamientos colectivos, ingeniería y consultoría, etc.) y desarrollo conjunto de un Plan **Made in / Made By Spain para Rusia, con ocasión del Año de España en Rusia**. El tercer Grupo o Institucional, cuenta con la presencia de Eduardo del Pueyo, de CEOE y Antonio Sánchez Bustamante, director de la División de Coordinación y Relaciones Institucionales del ICEX. Las conclusiones de este Grupo persiguen la profundización **en la colaboración entre las representaciones en el exterior de los miembros del CII** (reuniones trimestrales de intercambio de información, propuesta de acciones e informes comunes, optimización de **los espacios de las oficinas en el exterior**, mayor coordinación en la

- 22 CEC Cofederación de empresarios de ..., 2011, S. 0

● 7% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

60



ProfNet

Institut für Internet-Marketing

## Textstelle (Prüfdokument) S. 101

extranjeras para reforzar las ventajas de instalar sus centros de investigación en España. Crear un Comité de Seguimiento del Plan, formado por los miembros del CPE y del CAI, que trabajará sobre un calendario estimativo para **la puesta en marcha de las medidas contempladas en** este Plan que será distribuido en las próximas semanas. El pleno del CII recibirá, con carácter anual, un informe sobre la ejecución del Plan. Fuente: Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (2011). 4.4.3. La diplomacia económica y la cooperación descentralizada de las CC.AA. Pese a que los objetivos de la diplomacia económica y la cooperación al desarrollo hacia Países en Vías de Desarrollo ( en adelante, PVD) no son coincidentes (la primera trata de promover los

## Textstelle (Originalquellen)

Antes de adentrarse en los resultados del estudio, en el capítulo 2 son comentados los principales elementos del contexto internacional y nacional que han podido influir en **la puesta en marcha de las medidas contempladas en** el III PD. También se presentan las principales características del sistema de cooperación español y cómo es valorado por las fuentes consultadas. Es un capítulo preliminar que

- 23 Evaluación intermedia del III Plan ..., 2012, S. 27

● **3%** Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

61

**ProfNet**

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 102

las exportaciones de los territorios de la Ayuda Oficial al Desarrollo a los PVD. Varias son las posibles vías de relación que pensamos existen entre la diplomacia económica y la cooperación al desarrollo: (a) Acción directa, a través de los Fondos de Ayuda al Desarrollo (en adelante, FAD). Estos Fondos fueron creados en 1976 "para otorgar financiación concesional a PVD, así como a Instituciones Financieras Multilaterales"- Banco Mundial, Bancos Regionales de Desarrollo<sup>153</sup>. En sus más de 25 años de historia, el FAD ha implementado más de "900 proyectos, con una financiación superior a los 8.000 millones de euros"<sup>154</sup>. A través de este instrumento crediticio, el Gobierno de España ofrecía a los Gobiernos, instituciones y empresas de los PVD financiación concesional que se vincularía en una parte a la adquisición de bienes y servicios producidos por empresas españolas. El FAD fue reformado en 2010, y dividido en dos Fondos, el primero, FONPRODE, destinado a la cooperación; y el segundo, el FIEM (Fondo de Internacionalización de la Empresa), un instrumento de política comercial al que dedicaremos un apartado específico en capítulos posteriores (Plan Director de Cooperación, en adelante, PD: 2009-2012). (b) Las empresas como actores de la cooperación al desarrollo, reconocido en la Ley de Cooperación al Desarrollo (artículo 31), siempre bajo

153 Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación (2002): Plan Anual de Cooperación Internacional (PACI) para 2002, p. 29.

154 Idem, 29.

● 18% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

## Textstelle (Originalquellen)

promoción del desarrollo económico y el bienestar social de los países en desarrollo<sup>1</sup> y, son de carácter concesional y contienen un elemento de donación de al menos un 25%".<sup>2</sup> 2 Los Fondos de Ayuda al Desarrollo (en adelante, FAD) se crean en 1976 y son créditos ligados a la<sup>2</sup> adquisición por el beneficiario de bienes y servicios españoles. Dichos préstamos poseen unas condiciones<sup>2</sup> financieras que son significativamente más

línea, no nos debe sorprender que el Plan África se esfuerce en promocionar los intercambios comerciales a través de herramientas como los créditos FAD, vinculados parcialmente a la adquisición de bienes y servicios producidos por empresas españolas; o que el Plan fomente la inversión española a través de las labores de COFIDES<sup>12</sup> y la negociación de nuevos Acuerdos de Promoción y Protección Recíproca de Inversiones (APPRIs).

- 24 La cooperación al desarrollo españo..., 2008, S. #P28#TRABAJO 23
- 25 cultura para la esperanza - Acci n ..., 2007, S.

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

62

## Textstelle (Prüfdokument) S. 104

PACI (2000-2010). La coordinación interinstitucional en materia de cooperación al desarrollo (realizada por la Secretaria de Estado de Cooperación -dependiente del Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación-, las CC.AA y los EE.LL) se ha desarrollado a través de los siguientes cauces<sup>157</sup> : (a) **La Comisión Interterritorial de Cooperación para el Desarrollo (creada en 2004) de la** que penden dos subcomisiones, una específica para las CC.AA y otra para los EE.LL. (b) **La Conferencia Sectorial de Cooperación Internacional para el Desarrollo** (creada en 2009), donde se previó la participación y coordinación de las CC.AA en la política de Cooperación a desarrollar por España<sup>158</sup> . (c) La participación de las CC.AA y los EE.LL en las Comisiones Mixtas de Cooperación. (d) La celebración de convenios de colaboración

157 Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación (2007): Plan Anual de Cooperación Internacional (PACI) para 2007, p. 104.

158 Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación (2010): Plan Anual de Cooperación internacional (PACI) para 2010, p. 23.

## Textstelle (Originalquellen)

de la ejecución de dicho Plan. Artículo 8.- Coordinación de la cooperación extremeña para el desarrollo. 1. La Comunidad Autónoma de Extremadura participará en las reuniones de **la Comisión Interterritorial de Cooperación para el Desarrollo creada en** los artículos 21 y 23 **de la Ley 23/1998, de 7 de julio,** para la elaboración del Plan Director y del Plan Anual de la Cooperación del Estado Español y en la

funcionamiento de los órganos de participación de la CE Se avanzará en la elaboración del anteproyecto de la nueva Ley de Cooperación Internacional Consolidación de **la Conferencia Sectorial de Cooperación Internacional para el Desarrollo y** definición y puesta en marcha de una agenda de trabajo para la definición de un mecanismo de representación de la cooperación descentralizada, un modelo de convenio

- 26 I. Disposiciones Generales - Diario..., 2003, S.
- 27 Plan Anual de Cooperación Internacional..., 2011, S. 76

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

63

● **21%** Einzelplagiatswahrscheinlichkeit



**ProfNet**

Institut für Internet-Marketing

## Textstelle (Prüfdokument) S. 106

las series elaboradas por el MAEC mientras que las exportaciones regionales pertenecen al MINECO. Las correlaciones existentes entre la AOD y las exportaciones se observa en la siguiente tabla: Cuadro 16. Correlaciones por CC.AA AOD- Exportaciones AOD-EXP **ANDALUCIA 0,929 ARAGÓN 0,869 ASTURIAS 0,526 BALEARES 0,002 CANTABRIA 0,421 CANARIAS 0,824 CATALUÑA 0,826 CASTILLA LA MANCHA 0,672 CASTILLA Y LEON 0,492 EXTREMADURA 0,957 GALICIA 0,774 LA RIOJA 0,690 MADRID 0,701 MURCIA 0,654 NAVARRA 0,917 PAÍS VASCO 0,747 C. VALENCIANA 0,628**

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del MINECO, MAEC. De los resultados que arroja el cuadro, se observa que para la mayoría de CC.AA existe una **correlación positiva muy fuerte entre** la AOD y las exportaciones hacia las áreas objeto de la Ayuda. Es decir, una relación positiva entre el volumen de AOD y las exportaciones destinadas al país beneficiario de la AOD. Las únicas CC.AA donde la dependencia

## Textstelle (Originalquellen)

los EELL 0 50 100 150 200 250 Millones de euros 1989 1993 1994 1995 1996 1998 1999 2000 2001 2002 2003 2004 CCAA EELL Fuente: Elaboración propia a partir de PACIs Seguimiento 360 Tabla n 14: Evolución del presupuesto de cooperación de las Comunidades Autónomas (2000-2004) CCAA

CCAA	2000	2001	2002	2003	2004	2004/03	2004/00*
Andalucía	16,67	16,17	22,43	25,82	32,62	26,33%	19,28%
Aragón	3,56	4,41	4,95	4,51	5,32	17,89%	11,29%
Asturias	2,93	4,54	4,53	5,40	6,80	25,91%	24,97%
Baleares	2,82	6,09	7,57	9,70	8,13	-16,21%	38,11%
Cantabria	0,66	0,90	1,58	2,52	3,41	35,00%	51,64%
Canarias	4,49	2,19	5,81	6,81	4,48	-34,26%	24,33%
Cataluña	13,04	17,76	23,27	26,73	31,36	17,32%	24,85%
Castilla - La Mancha	3,83	6,70	17,16	27,47	27,21	-0,97%	72,58%
Castilla y León	3,78	4,00	4,69	3,83	4,78	24,93%	7,37%
Extremadura	4,19	4,71	5,47	6,49	4,86	-25,17%	5,55%
Galicia	2,80	2,84	4,60	4,91	5,63	14,68%	21,24%
La Rioja	1,34	1,45	1,90	1,99	4,74	11,02%	11,02%
Madrid	7,10	7,37	7,91	9,96	17,39	74,66%	27,92%
Murcia	0,89	1,21	2,49	1,82	2,63	44,66%	40,11%
Navarra	11,52	11,44	11,51	13,34	16,73	25,37%	10,29%
País Vasco	25,22	20,54	27,27	28,46	26,45	-7,05%	2,88%
C. Valenciana	12,70	7,71	19,60	15,27	21,49	40,73%	33,37%
Varias CCAA	0,10	0,14	0,07	2,06	-	-	-
Total CCAA (Mill. Euros)	117,64	120,17	172,35	197,00	221,27	12,32%	18,05%

\*Incremento nominal medio anual. Respectos a la tabla y los gráficos debemos realizar una serie de concreciones. En primer lugar, la

que los PIDM realizados hacia China han permitido mejorar las relaciones comerciales y las inversiones españolas hacia el gigante asiático y viceversa, de China hacia España. Existe **correlación positiva muy fuerte entre** las exportaciones y las importaciones; así como una correlación alta también para la inversión emitida, es decir, que cuanto más se importa de China y cuanto más

- 28 Ruiz Seisdedos, Susana: La política..., 2007, S.
- 4 Sanchez, Pedro: /Fernández-Vega, Juan Padilla: LA D..., 2012, S.

PlagiatService  
Prüfbericht  
831713  
14.12.2018  
64

● 24% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit



## Textstelle (Prüfdokument) S. 107

la vista de estos datos podríamos concluir que, para la mayoría de las regiones, **al aumentar** la AOD se incrementan las exportaciones, mejorando con ello las relaciones comerciales. Esto queda también reflejado en los gráficos **de secuencia de las series utilizadas anteriormente**, y que a continuación se detallan. Donde vemos que las tendencias de las series observadas por cada CC. AA siguen la misma dinámica: cuando crece la AOD aumentan las exportaciones; y lo contrario, cuando caen las exportaciones también bajan las

## Textstelle (Originalquellen)

sin embargo, ahora no se ve reflejado que **al aumentar** las importaciones aumente la inversión recibida. La afirmación realizada se puede corroborar en el Gráfico 1 **de secuencia de las series utilizadas anteriormente**. Modelo de regresión para las exportaciones El modelo de regresión que se va a estimar es un modelo de regresión lineal múltiple, que estudiará la relación

- 4 Sanchez, Pedro: /Fernández-Vega, Juan Padilla: LA D..., 2012, S.

● **2%** Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

65

## Textstelle (Prüfdokument) S. 112

vez consolidada la posición comercial de las empresas en dichos países. Lo que podría explicar la ruptura de tendencia. Debido a que no disponemos de suficientes datos de la AOD, no podemos medir si hay o no un problema de correlación serial, y en consecuencia nos es imposible comprobar si existe una relación de causalidad entre ambas variables (AOD y Exportaciones) o si hay otras variables que explican la fuerte correlación registrada. No obstante, el análisis realizado detecta una correlación

## Textstelle (Originalquellen)

es muy alto, lo que hace pensar que el modelo de regresión será bastante bueno. Al tratarse de series temporales nos encontraremos de nuevo con un problema de correlación serial, por lo que se van a estimar los parámetros mediante el método de Cochrane-Orcutt. TABLA 9. Resumen de ajuste del modelo R cuadrado Error típico de la R R

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 9

● 2% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

66

ProfNet

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 113

las CC.AA (Artículo 1. Reglamento Interno de la CP)<sup>161</sup>. Este tipo de foros de coordinación al más alto nivel es común en los países descentralizados, siendo habitual en Alemania, Austria, Suiza, Italia<sup>162</sup> y Canadá. La CP está formada por el Presidente del Gobierno, que la preside, y los 17 Presidentes de los Gobiernos Autonómicos y de las Ciudades Autónomas de Ceuta y Melilla. Además del Presidente del Gobierno, los Vicepresidentes también han participado en sus reuniones. La asistencia es indelegable pudiendo acudir en calidad de asesor, el consejero

161 BOE. Ministerio de Política Territorial (2009): Reglamento Interno de la Conferencia de

162 Italia cuenta con una Conferencia Estado- Regiones desde 1983 y al mismo tiempo que los territorios cuentan con un foro de coordinación horizontal de Presidentes Regionales.

## Textstelle (Originalquellen)

las Comunidades Autónomas. 3. Impulsar y orientar los trabajos de las Conferencias Sectoriales y de otros órganos multilaterales de cooperación. Artículo 3. Composición. 1. La Conferencia de Presidentes estará compuesta por el Presidente del Gobierno, que la preside, y los Presidentes de las Comunidades Autónomas y de las Ciudades de Ceuta y Melilla. 2. Actuará como Secretario el Ministro competente en materia de cooperación territorial que asistirá, a estos efectos, a las

- 29 BOE: Ministerio de Política Territ..., 2009, S. 8

● 11% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

67



ProfNet

Institut für Internet-Marketing

## Textstelle (Prüfdokument) S. 113

por los Gobiernos autonómicos siempre y cuando sea propuesto por al menos un tercio de las CC.AA. Hasta el momento, se han celebrado 5 CP: (a) **constitución de la Conferencia, el 28 de octubre de 2004;** (b) 19 de septiembre de 2005; (c) 11 de enero **de 2007;** (d) **el 14 de diciembre de 2009;** y (e) **el 2 de octubre de 2012.** Las funciones de la Conferencia son la de "debatir sobre las grandes directrices de las políticas públicas, sectoriales y territoriales de ámbito estatal, sobre las actuaciones conjuntas de carácter estratégico, y sobre los asuntos de importancia relevante para el Estado de las Autonomías, que afecten a los ámbitos competenciales estatal y autonómico" (Artículo 2.1. Reglamento interno de la CP). La CP podrá crear comisiones o grupos de trabajo para asuntos de interés común, y previo a la celebración de las sesiones de la CP se creará un Comité preparatorio para el

## Textstelle (Originalquellen)

Presupuesto Nacional"-Mayo 2010. <sup>88</sup> Disponible en: <sup>88</sup> <http://www.mef.gub.uy/documentos/noticia20100510PautasPresNacional.pdf> <sup>89</sup> 89 **Constitución de la República de Uruguay- Constitución 1967 con las Modificaciones Plebiscitadas el <sup>89</sup> 26 de Noviembre de 1989, el 26 de Noviembre de 1994, el 8 de Diciembre de 1996 y el 31 de Octubre de 2004-** <sup>89</sup> Artículo 214. Disponible en: <sup>89</sup> <http://www.parlamentogub.uy/constituciones/const004.htm> <sup>90</sup> 90 OCDE (2010). Op. Cit. p. 58. <sup>91</sup> 91 Ministerio de Finanzas de Nueva Zelanda. Presentación de la Política de Presupuesto 2011. <sup>91</sup> Honorable Bill English, Ministro de impulso de otros órganos formalizados de cooperación. De este modo, el artículo 2 del RICP establece que la Conferencia de Presidentes tendrá como funciones las siguientes: 1. **Debatir sobre las grandes directrices de las políticas públicas, sectoriales y territoriales de ámbito estatal, sobre las actuaciones conjuntas de carácter estratégico, y sobre los asuntos de importancia relevante para el Estado de las Autonomías, que afecten a los ámbitos competenciales estatal y autonómico.** 2. Potenciar las relaciones de cooperación del Estado con las Comunidades Autónomas. 3. Impulsar y orientar los trabajos de las Conferencias Sectoriales y de otros órganos multilaterales de cooperación.

- 30 Apaza, Carmen: Estudio comparativo, 2011, S. #P127#SENPLADES
- 31 Ruiz González, José Gabriel: La coo..., 2012, S. 305

● 9% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService  
Prüfbericht  
831713  
14.12.2018  
68

## Textstelle (Prüfdokument) S. 114

consejeros regionales designados a tal efecto por los Presidentes/as autonómicos. La CP puede adoptar acuerdos o recomendaciones que tendrán consideración de **compromisos políticos**. **Los acuerdos** sólo se logran **por consenso de todos los miembros**, mientras que **las recomendaciones se adoptarán por el Presidente del Gobierno y dos tercios de los Presidentes Autonómicos**. De cara a la acción exterior económica de las CC.AA han sido pocas las iniciativas aprobadas por la CP, siendo, en todo caso, las siguientes:

(a) El Acuerdo **de la** Conferencia de Asuntos Relacionados con las Comunidades Europeas (CARCE) de 2004, logrado en la primera CP celebrada el 28 de octubre de 2004. (b) Aprobación del Documento sobre Investigación, Desarrollo Tecnológico e Innovación (I+D+i) durante la tercera CP, celebrada el 11 de enero de 2007. En el mismo se acordaba una distribución

● **15%** Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

## Textstelle (Originalquellen)

**compromisos políticos**. **2. Los acuerdos se adoptarán por consenso de todos los miembros** presentes de la Conferencia, siempre que asistan dos tercios de los Presidentes Autonómicos (13). **3. Las recomendaciones se adoptarán por el Presidente del Gobierno y dos tercios de los Presidentes Autonómicos** presentes y comprometen a los miembros que las han adoptado. **4. Los acuerdos y las recomendaciones serán públicos. Los miembros de la Conferencia comunicarán los acuerdos y las recomendaciones, cuando**

- 29 BOE: Ministerio de Política Territ..., 2009, S. 8

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

69



**ProfNet**

Institut für Internet-Marketing

## Textstelle (Prüfdokument) S. 115

versen sobre la inmigración y la participación de las CC.AA en el control de los flujos migratorios. La incidencia económica exterior de esta CS será tratada posteriormente. (d) Declaración apoyando las prioridades establecidas por el Gobierno central sobre **la Presidencia Española del Consejo de la Unión Europea**, celebrada durante **el primer semestre de 2010**. Apoyo institucional relevante de cara a una importante presidencia española de la UE encargada, entre otras, de poner en marcha el nuevo entramado institucional auspiciado en **el Tratado de Lisboa**. **La Presidencia española de la UE en 2010** se celebró en un contexto de dura crisis económica en la UE, y puso a prueba la cooperación intergubernamental en el combate contra la crisis entre las instituciones europeas, los Estados miembros y los entes subnacionales. Dado su

## Textstelle (Originalquellen)

Unión Europea con Túnez (1995) Marruecos (1996) y Argelia (2002). España propuso el concepto de Estatuto Avanzado para Marruecos ya en 2006, asumido posteriormente por la Unión Europea. Asimismo durante **la Presidencia española del Consejo de la Unión Europea**, en **el primer semestre de 2010**, tuvo lugar la primera Cumbre Unión Europea-Marruecos, la primera de la Unión Europea con un país de la ribera

Europeo El presidente del Gobierno, José Luis Rodríguez Zapatero, recibe en Madrid al presidente del Parlamento Europeo, Hans-Gert Pöttering. Ambos líderes abordan cuestiones como **el Tratado de Lisboa; la presidencia española de la UE en 2010**; el conflicto de Georgia; la relación entre la UE y la Federación Rusa; y la crisis financiera internacional, entre otros. El ministro de Asuntos Exteriores y de Cooperación,

- 32 Libro España 2013.indb - Ministerio..., 2011, S. 118
- 33 Cronología de la política exterior ..., 2009, S.

● **20%** Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

70

**ProfNet**

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 115

territoriales representaban (datos de 2009) el 16% del PIB de la UE a 27; un tercio del gasto público; dos tercios de la totalidad del gasto de inversiones públicas; y el 56% del empleo público. La Presidencia española de la UE dio un paso importante en la consolidación de la Gobernanza Multinivel, entendida esta como "la acción coordinada de la Unión, los Estados miembros y los entes regionales y locales, basada en la asociación y destinada a elaborar y aplicar las políticas de la Unión Europea"<sup>163</sup>. Desde el punto de vista de la diplomacia económica territorial, la gobernanza multinivel abre nuevos espacios de acción aún no investigados por la literatura. Pero los ámbitos de promoción e influencia en las decisiones de política económica europea, existen. Un buen ejemplo de ello es

163 Comité de las Regiones (2009): Libro Blanco sobre la Gobernanza Multinivel, pps.1-10.

## Textstelle (Originalquellen)

construcción de las relaciones eurocentroamericanas. En el marco de la segunda Cumbre Unión Europea y América Latina y el Caribe, llevado a cabo en Madrid en el 2002, se dio un paso importante en la consolidación de la relación entre ambas regiones, al anunciar el inicio de negociaciones tendientes a firmar un nuevo Acuerdo de dialogo político y cooperación entre la Unión Europea y Centroamérica<sup>345</sup>. Este

esta iniciativa de los convenios tripartitos. El Libro Blanco incluye una definición de gobernanza multinivel: "El Comité de las Regiones entiende la gobernanza multinivel como la acción coordinada de la Unión, los Estados miembros y los entes regionales y locales, basada en la asociación y destinada a elaborar y aplicar las políticas de la Unión Europea"<sup>19</sup>. El concepto de gobernanza multinivel está centrado en la integración de los niveles subestatales en la elaboración y aplicación de las políticas comunitarias<sup>20</sup>. El Ctr o d e E st u d

independientemente de que la globalización y la integración económica europea hayan aumentado la urgencia de realizarlas. Se trata del talón de Aquiles de la Unión Europea desde el punto de vista de la política económica: las recomendaciones de realizar estas reformas son constantemente repetidas y acto seguido ignoradas. Porello, porpocoquehayapodidohacerla

- 34 EL ESPACIO EUROLATINOAMERICANO (199..., 2008, S. 416
- 35 Gobernanza multinivel y gesti n de ..., 2010, S. 20
- 36 Los riesgos de una relevancia exces..., 2009, S. 39

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

71

● 11% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

## Textstelle (Prüfdokument) S. 116

acordó la potenciación de la dimensión económica de las Agrupaciones Europeas de Cooperación Territorial instando a las regiones a colaborar en el impulso empresarial, el empleo, el transporte, el turismo y el desarrollo sostenible. Por otra parte, el **Libro Blanco sobre la Gobernanza Multinivel, presentado en el V** Diálogo Territorial sobre el crecimiento y el empleo ( Mallorca, enero de 2010) **el CdR** recomendaba a la Comisión y el Consejo Europeo, entre otras, las siguientes cuestiones relativas a la Gobernanza Multinivel: (i) la sistematización del impacto territorial de las políticas

## Textstelle (Originalquellen)

**Libro Blanco sobre la gobernanza multinivel , presentado en el** pleno celebrado los días 17 y 18 de junio. En su dictamen **el CDR** destaca el papel crucial de los entes locales y regionales, e invita a las instituciones comunitarias y a los

- 37 Acuicultura, 2007, S.

● **9%** Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

72

**ProfNet**

Institut für Internet-Marketing





## Textstelle (Prüfdokument) S. 117

territorios, insistimos, aún pendiente de investigar por la literatura. La última reunión celebrada el 3 de octubre de 2012 sirvió para lanzar a través de una declaración conjunta del Gobierno de España y los Gobiernos regionales su compromiso con **la estabilidad presupuestaria y el cumplimiento de los objetivos de déficit público** establecidos por Bruselas. 4.5.2. **La Conferencia de Asuntos relacionados con la Unión Europea (CARUE)**. La CARUE es el foro de cooperación multilateral y horizontal por excelencia entre la Administración General del Estado (AGE) y las CC.AA sobre la política comunitaria. Esta CS fue constituida en 1988<sup>164</sup> e institucionalizada posteriormente gracias al acuerdo del 29 de

## Textstelle (Originalquellen)

de la existencia de un <sup>2011</sup> desplazamiento de la oferta en el tiempo, y de las exigencias derivadas de las medidas <sup>2011</sup> que se están adoptando para garantizar **la estabilidad presupuestaria y el cumplimiento <sup>2011</sup> de los objetivos de déficit público.** <sup>2011</sup> Asimismo dentro de la implementación la referida estrategia, se enmarca la aprobación del Real Decreto 647/2011 de 9 de mayo que desarrolla la actividad de los <sup>2011</sup> nuevos

tras el desarrollo legal de los Acuerdos de Representación y Participación regional en el Consejo y en sus grupos de trabajo, suscritos el 9 de diciembre de 2004 por **la Conferencia de Asuntos Relacionados con la Unión Europea (CARUE)**. A pesar de esta formalización que comparte con las regiones de sólo unos pocos otros Estados europeos, la presencia en el Consejo no es tan relevante

- 38 López Ramón, Fernando: Observatorio..., 2012, S. #Programa
- 39 La Marca Canarias en Europa. La Ult..., 2012, S.

● 21% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

73

ProfNet

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 117

comunitario y su participación en la construcción europea. La Ley 2/1997 reconoció también la posibilidad de crear comités bilaterales de cooperación AGE-CC.AA, cuando determinadas políticas comunitarias afectasen exclusivamente a una determinada región. En 2010, **en el marco de la Presidencia Española de la UE, y en la sede del Comité de las Regiones ( Bruselas), la denominada hasta entonces CARCE acordó modificar su nombre al de Conferencia de Asuntos Relacionados con la Unión Europea (CARUE).** Al igual que los Reglamentos de otras CS, la CARUE **está compuesta por el Ministro/a de Administraciones Públicas, que la preside, el Secretario de Estado de Política Exterior, el Secretario de Estado para la Unión Europea y el de Política Territorial; y del lado de las CCAA, los Consejeros/as autonómicos responsables de los asuntos** a tratar en dicha Conferencia. 164 **Ruiz Robledo, A. (2006): La presencia de las Comunidades Autónomas en las organizaciones internacionales**, pps. 129-162. En 1996 las CC.AA acordaron con la AGE su participación de las primeras en 55 Comités que desarrollan su actividad bajo el abrigo **de la Comisión**, número que fue ampliado a 95, en 2002/167. En 2004, la CARUE abrió definitivamente las

## Textstelle (Originalquellen)

de ese mismo año y sobre la misma materia, organizado por el Consejo General del Notariado y el Ministerio de Justicia españoles, **en el marco de la presidencia española de la UE. En la Jornada** tuvieron lugar dos mesas redondas, en las cuales se debatirá el Proyecto de Reglamento de la Comisión relativo a las sucesiones internacionales, en la que

el desarrollo legal de los Acuerdos de Representación y Participación regional en el Consejo y en sus grupos de trabajo, suscritos el 9 de diciembre de 2004 por la **Conferencia de Asuntos Relacionados con la Unión Europea (CARUE).** A pesar de esta formalización que comparte con las regiones de sólo unos pocos otros Estados europeos, la presencia en el Consejo no es tan relevante se procedió a su formalización como Conferencia para Asuntos Relacionados con las Comunidades Europeas mediante la Ley 2/1997, de 13 de marzo. Composición de la CARCE: La Conferencia **está compuesta por el Ministro de Administraciones Públicas que la preside, el Secretario de Estado de Asuntos Europeos del Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación, y el Consejero que como responsable de los asuntos que integran el ámbito de materias de la**

Pleno, de acuerdo con lo establecido en el artículo 2 de su Ley reguladora, la Vicepresidenta del Gobierno y Ministra de la Presidencia y para las Administraciones Territoriales, **el Secretario de Estado para la Unión Europea, el Secretario de Estado para las Administraciones Territoriales y los Consejeros que, como responsables de los asuntos que integran el ámbito de materias de la misma, sean**

Pública", núm. 25, diciembre, 2004, pp. 365-379; ROIG MOLES, E.: "Asimetría y participación autonómica en la formación de la voluntad española en asuntos de la UE: participación a dos velocidades, RVAP, núm. 55, 1999, pp. 199-255; **RUIZ ROBLEDOS, A.: "La presencia de las Comunidades Autónomas en las organizaciones internacionales"**, Asamblea, Revista parlamentaria **de la Asamblea de Madrid**, núm. 1, sep. 2006, pp. 139-165; SANTALO I BURRULL, V.: "Parlamentos Regionales y Unión Europea" en Parlamentos y regiones en la construcción de Europa coordinado

- 40 Crónica de actualidad de Derecho in..., 2011, S. 7
- 39 La Marca Canarias en Europa. La Ult..., 2012, S.
- 41 Gobierno de Aragón: Participación d..., 2006, S. #P4#transcendencia.#A#
- 18 Reglamento interno del carue texto ..., 2001, S. 2
- 42 J. Nuevos roles de los Parlamentos ..., 2009, S. 123

● 53% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService  
Prüfbericht  
831713  
14.12.2018  
74

## Textstelle (Prüfdokument) S. 118

que desarrollan su actividad bajo el abrigo de la Comisión, número que fue ampliado a 95, en 2002167. En 2004, la CARUE abrió definitivamente las puertas a la **participación de** las CC.AA en 4 formaciones del Consejo de la UE: (i) El Consejo **de Ministros de Empleo, Política Social, Sanidad y Consumidores**; (ii) **Agricultura y Pesca**; (iii) **Educación, Juventud y Cultura**; (iv) **Medio Ambiente**. En 2009, se amplió la representación autonómica al Consejo Europeo de Ministros de Competitividad en lo que afectara a temas de Consumo. El Acuerdo de 2004 supuso la creación de **la Consejería de Asuntos Autonómicos de la Representación Permanente de España ante la UE (REPER)** con el nombramiento de dos consejeros autonómicos. La representación de las CC.AA en los Consejos Europeos antes mencionados, se materializa **con la** participación de un Consejero autonómico en representación de todas las CC.AA en los asuntos que

## Textstelle (Originalquellen)

años (1998-2002); o los más recientes de 9 de diciembre de 2004, sobre **participación de** un representante autonómico en las materias que afecten a las Comunidades Autónomas en los Consejos **de Ministros de Empleo, Política Social, Sanidad y Consumidores, Agricultura y Pesca, Medio Ambiente y Educación, Juventud y Cultura**, y sobre **la Consejería** para Asuntos Autonómicos en la REPER y la participación de las Comunidades Autónomas en los grupos de trabajo

común. PALABRAS CLAVE: Comunidades Autónomas. Participación de las CCAA en el Consejo. Participación de las CCAA en los grupos de trabajo del Consejo. Consejería para **Asuntos Autonómicos de la Representación Permanente de España ante la UE (REPER)**. Conferencia para Asuntos Relacionados **con la** CE (CARCE). Subsidiariedad y regiones. AUTONOMOUS COMMUNITIES AND THE EUROPEAN UNION: TOWARDS IMPROVING THE DIRECT PARTICIPATION OF AUTONOMOUS COMMUNITIES IN

- 43 Consejo de estado: Informe sobre mo..., 2006, S. 82
- 44 Comunidades Aut nomas y Uni n Europ..., 2005, S. 803

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

75

● 22% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit



ProfNet

Institut für Internet-Marketing

## Textstelle (Prüfdokument) S. 118

Por su parte, el Consejero representante se compromete a informar y poner a disposición del conjunto de las CC.AA la documentación sobre el tema en cuestión, el estado de la negociación y a consensuar una posición común con el resto de CC.AA afectadas<sup>168</sup>. El representante autonómico es miembro de pleno derecho de la Delegación española y puede solicitar el uso de la palabra en el Consejo, siempre y cuando exista una posición común de las CC.AA y afecte a sus competencias. Merece la pena que nos detengamos por unos instantes en el proceso de creación

168 Conferencia para Asuntos Relacionados con las Comunidades Europeas (2006): Guía de

## Textstelle (Originalquellen)

de Comunidades Autónomas la documentación completa sobre el asunto, a mantenerlas regularmente informadas sobre las negociaciones, y a consensuar una posición común con el resto de Comunidades Autónomas afectadas. El representante autonómico es miembro de pleno derecho de la Delegación española a todos los efectos, pudiendo solicitar el uso de la palabra cuando se debatan cuestiones que afectan a las competencias autonómicas y exista una posición común autonómica. Y en

- 45 Las reformas del estado autonómico ..., 2008, S.

● 4% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

76

ProfNet

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 119

Desarrollo Sostenible de la UE (Madrid, 2005); la preocupación manifestada por las CC.AA (Toledo, 2006) sobre los elevados costes de financiación que supondría la implementación de la Estrategia Marina; las propuestas para incluir excepciones a las regiones ultraperiféricas e insulares a la propuesta de Directiva del Parlamento Europeo y del Consejo por el que se modificaba la Directiva 2003/87/CE que incluía las actividades de aviación en el régimen comunitario de comercio de derechos de emisión de gases de efecto invernadero (Bilbao, 2007); y la petición de incluir la fiscalidad ambiental a la hora de lograr los objetivos de conservación de la biodiversidad en el marco de la Red Natura 2000 y su respaldo financiero (Bilbao, 2009). 4.5.3. Las Conferencias Sectoriales. Junto a la CP, las Conferencias Sectoriales (en adelante CS) son el principal cauce institucional de participación indirecta de las CC.AA. Las funciones de estos foros de coordinación

## Textstelle (Originalquellen)

Económico y Social Europeo y <sup>427</sup> al Comité de las Regiones, "intensificar la lucha contra el trabajo no declarado", COM (2007) 628 final, de <sup>427</sup> 24 de octubre de 2007; documento que acompaña a la Propuesta de Directiva del Parlamento Europeo y del <sup>427</sup> Consejo por la que se establecen sanciones contra los empresarios de los residentes ilegales nacionales de <sup>427</sup> terceros países Resumen de la evaluación de impacto (COM(2007) 249 final) (SEC(2007) 596)

<sup>427</sup> ( responsabilidad de las personas jurídicas en materia ambiental; 2008/101/CE, de 19 de noviembre, por la que se modifica la Directiva 2003/87/CE con el fin de incluir las actividades de aviación en el régimen comunitario de comercio de derechos de emisión de gases de efecto invernadero; 2008/105/CE, de 16 de diciembre, relativa a las normas de calidad ambiental en el ámbito de la política de aguas, transpuesta por Decreto legislativo 219/2010, de 10 de diciembre; 2008/124/

de este patrimonio natural. En segundo lugar, desde la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN), Pascal Girot aborda la cuestión de la conservación de la biodiversidad en el marco de la apertura comercial de los países de la región mediante acuerdos de libre comercio, en los que las normas de propiedad

- 46 La política de admisión de extranje..., 2009, S. #P., A., "
- 38 López Ramón, Fernando: Observatorio..., 2012, S. 145
- 47 Hernando de Larramendi, M., y Ma Es..., 2012, S. 341

● 9% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

77

ProfNet

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 119

la CP, las Conferencias Sectoriales (en adelante CS) son el principal cauce institucional de participación indirecta de las CC.AA. Las funciones de estos foros de coordinación son (a) el intercambio de información entre instituciones; (b) el debate y la **participación en la elaboración de los proyectos normativos del Estado**; (c) el debate y la **participación en la elaboración de la posición española en los asuntos comunitarios o internacionales que afecten a las competencias de las CC.AA.**; (d) el debate y adopción de **planes y programas de actuación**; (e) el **debate y adopción de acuerdos sobre criterios de distribución de créditos presupuestarios estatales**. En la actualidad, existen 39 Conferencias Sectoriales, de las que hemos considerado susceptibles de poder contar con acciones de diplomacia económica, las siguientes (ver Cuadro 18): Cuadro 18. Conferencias Sectoriales con Incidencia sobre la Diplomacia Económica Estatal y de las Regiones

NOMBRE DE LA CONFERENCIA SECTORIAL	FECHA CREACIÓN TOTAL O PRIMERA REUNIONES REUNIÓN
Consejo de Política Fiscal y Financiera de las CCAA	01/07/1981 82
<b>Conferencia Sectorial de Agricultura y Desarrollo Rural</b>	28/07/1983 147
Consejo Consultivo de Política Agrícola para	

## Textstelle (Originalquellen)

en las políticas intercambiar información y datos estadísticos. tigungen y campañas de ámbito nacional a 41 FUNCIONES: 2. DEBATE Y PARTICIPACIÓN EN LA ELABORACIÓN DE LOS PROYECTOS NORMATIVOS DEL ESTADO. 43 2. DEBATE Y **PARTICIPACIÓN EN LA ELABORACIÓN DE LOS PROYECTOS NORMATIVOS DEL ESTADO**. CONFERENCIA SECTORIAL DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL. Artículo 8.- Contenido y Funciones. <sup>1</sup>. Las actividades a desarrollar por la Conferencia Sectorial para el cumplimiento de sus fines serán, entre otras,

sean sometidos 49 FUNCIONES: 3. DEBATE Y PARTICIPACIÓN EN LA ELABORACIÓN DE LA POSICIÓN ESPAÑOLA EN ASUNTOS COMUNITARIOS O INTERNACIONALES QUE AFECTEN A LAS COMPETENCIAS DE LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS. 51 3. DEBATE Y **PARTICIPACIÓN EN LA ELABORACIÓN DE LA POSICIÓN ESPAÑOLA EN ASUNTOS COMUNITARIOS O INTERNACIONALES QUE AFECTEN A LAS COMPETENCIAS DE LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS**. CONFERENCIA SECTORIAL DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL. Artículo 8.- Contenido y Funciones. 2. En especial, el Consejo Consultivo de Política Agrícola para Asuntos Comunitarios tiene las siguientes

LA ELABORACIÓN DE LA POSICIÓN ESPAÑOLA EN ASUNTOS COMUNITARIOS O INTERNACIONALES QUE AFECTEN A LAS COMPETENCIAS DE LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS .....49 4. DEBATE Y ADOPCIÓN DE **PLANES Y PROGRAMAS DE ACTUACIÓN** .....59 5. **DEBATE Y ADOPCIÓN DE ACUERDOS SOBRE CRITERIOS DE DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS PRESUPUESTARIOS ESTATALES**. .....69 - QUÓRUM DE CONSTITUCIÓN Y FUNCIONAMIENTO.....75 - RÉGIMEN DE ADOPCIÓN DE ACUERDOS .....85 - ÓRGANOS DE APOYO DE LAS CONFERENCIAS SECTORIALES .....101 5 NATURALEZA Y RÉGIMEN JURÍDICO. 7 **CONFERENCIA SECTORIAL DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL**.

- 17 REGLAMENTOS DE LAS CONFERENCIAS SEC..., 2012, S.

PlagiatService  
Prüfbericht

831713

12.2018

78

● 10% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

## Textstelle (Prüfdokument) S. 121

creación. En términos agregados el funcionamiento de las CS es estable, entre 1 y 2 reuniones al año de medio. En las tres últimas décadas, las Conferencias más activas son la CS de **Agricultura y Desarrollo Rural** (147 reuniones desde 1981), **el Consejo Consultivo de Política Agrícola para Asuntos Comunitarios** (121 reuniones durante el mismo periodo), el Consejo de Política Pesquera para **Asuntos Comunitarios** (75), la Conferencia de Asuntos Relacionados con la UE (55), la Conferencia Sectorial de Pesca (47) y, más recientemente, la Conferencia Sectorial de Medio Ambiente (49). El

## Textstelle (Originalquellen)

POSICIÓN ESPAÑOLA EN ASUNTOS COMUNITARIOS O INTERNACIONALES QUE AFECTEN A LAS COMPETENCIAS DE LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS. CONFERENCIA SECTORIAL DE **AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL**. Artículo 8.- Contenido y Funciones. 2. En especial, **el Consejo Consultivo de Política Agrícola para Asuntos Comunitarios** tiene las siguientes funciones: a) Hacer efectiva, en la materia de agricultura, la participación de las Comunidades Autónomas en los **asuntos comunitarios** europeos mediante la aplicación

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

79

- 17 REGLAMENTOS DE LAS CONFERENCIAS SEC..., 2012, S.

● 13% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

## Textstelle (Prüfdokument) S. 122

enteramente a Bruselas. Como botón de muestra, baste subrayar que los Consejos Consultivos de Política Agrícola Común y el de Pesca se encargan de hacer efectiva la participación de las CC.AA en los asuntos comunitarios, tanto en su "fase ascendente de formación de la voluntad del Estado en el seno de la UE, como en la descendente, de aplicación del Derecho comunitario europeo y de los actos de las instituciones" (Artículo 8.2. de los Reglamentos de la Conferencias Sectoriales de Agricultura y Desarrollo Rural, y la CS y de Pesca)<sup>169</sup>. 4.5.3.1. Conferencia Sectorial de Industria y la Conferencia Sectorial de Inmigración. En la presente investigación definimos la diplomacia económica regional como el conjunto de acciones desarrolladas por las regiones para promover sus intereses económicos. En este sentido, acciones como evitar, por ejemplo, la deslocalización del sector industrial de la automoción de su territorio las consideraremos acciones de diplomacia económica regional. Y

<sup>169</sup> Ministerio de Administraciones Públicas (2006): Reglamentos de las Conferencias Sectoriales Textos Comparados, pps.1 -200.

## Textstelle (Originalquellen)

aplicación del procedimiento marco determinado en el Acuerdo de 30 de noviembre de 1994 de la Conferencia para Asuntos Relacionados con las Comunidades Europeas, tanto en la fase ascendente, de formación de la voluntad del Estado en el seno de la Unión Europea, como en la descendente, de aplicación del Derecho comunitario europeo y de los actos de las instituciones. Asimismo, corresponde al Consejo Consultivo desarrollar el procedimiento marco, concretando su ámbito material, especificando los diversos elementos del procedimiento y modulando su aplicación, a tenor de las

- 17 REGLAMENTOS DE LAS CONFERENCIAS SEC..., 2012, S.

● 0% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

80



## Textstelle (Prüfdokument) S. 126

etc. con la realización de viajes conjuntos de los dos Gobiernos a Alemania (sede de GM). (d) La Vitto eléctrica en la fábrica de Mercedes en Vitoria (resultado de trabajo conjunto con el Gobierno del País Vasco; **durante la Presidencia española de la UE -primer semestre** de 2010- el Presidente de Mercedes viajó al País Vasco y allí, **Gobierno de** España y vasco celebraron una reunión para tratar la viabilidad futura de la planta. (e) La producción de un nuevo modelo para la fábrica de

## Textstelle (Originalquellen)

coincidir con una simbiosis entre los programas culturales del Ministerio de AAEE y la estrategia política del gobierno en función de las diversas coyunturas. Por ejemplo, **durante la presidencia española de la UE [primer semestre** del 2002], o durante los primeros meses del apoyo de Aznar a la política internacional del **gobierno de** George Bush. Y el Barroco sigue siendo el leitmotiv, el cuadro

- 48 Política cultural del gobierno espa..., 2007, S. 156

● **9%** Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

81

**ProfNet**

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 127

fresa en la provincia de Huelva o la de diferentes productos hortofrutícolas en la de Lleida. En el procedimiento de elaboración del contingente, las empresas solicitaban cupos de trabajadores para determinadas ocupaciones, primero a nivel provincial y luego de CC.AA. Los Servicios de Empleo de las Comunidades Autónomas eran los encargados de remitir al Servicio Público de Empleo Estatal la propuesta autonómica del contingente. Esa propuesta era sometida a la consulta de la Comisión Laboral Tripartita de Inmigración ( formada por organizaciones sindicales, empresariales y la

## Textstelle (Originalquellen)

orientaciones de la declaración de 2008, las más concretas son las que se refieren a la necesidad de modernizar los servicios públicos de empleo, avanzar en la coordinación de los servicios de empleo de las Comunidades Autónomas y la de potenciar la intermediación laboral, adaptándola a las nuevas posibilidades tecnológicas y a la situación económica actual. JOSÉ IGNACIO PÉREZ INFANTE 69REVISTA DEL MINISTERIO DE TRABAJO E

- 49 La concertación y el dialogo social..., 2009, S.

● 9% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

82

ProfNet

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 130

las Comunidades Autónomas, otra mención genérica, pero con una importancia simbólica que podrá dar cabida **en el** futuro a una participación autonómica activa<sup>173</sup>. 4.5.4. Las responsabilidades del Estado **en el** cumplimiento de los Acuerdos Internacionales: El caso **de la nueva Ley Orgánica de Estabilidad Presupuestaria y Sostenibilidad Financiera** de las Administraciones (2012). Pese a que el Gobierno central es competente en el cumplimiento de los acuerdos internacionales, su naturaleza de Estado descentralizado hace que muchos de esos compromisos internacionales deban ser implementados (en una parte o

<sup>173</sup> Para más información, consúltense las siguientes obras: Jiménez A., Aguado, M. y

## Textstelle (Originalquellen)

los que 13.071 millones son de menor gasto y 5.278 millones de mayores ingresos. Estos planes son los primeros cuyo seguimiento y aplicación se va a realizar **en el marco de la nueva Ley Orgánica de Estabilidad Presupuestaria y Sostenibilidad Financiera**: van a estar sometidos a un estricto seguimiento para garantizar su cumplimiento final. ? Acuerdo por el que se aprueba el Plan de Publicidad y Comunicación Institucional de la

- 6 Ministerio de la Presidencia: Seis ..., 2012, S. 18

● 15% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

83

ProfNet

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 131

entre Estado y CC.AA en su objetivo común de cumplir con los Objetivos de Estabilidad Presupuestaria (en adelante, OEP). Compromisos internacionales, insistimos, que en base al Derecho comunitario son responsabilidad del Estado miembro. La principal modificación es **la nueva Ley Orgánica de Estabilidad Presupuestaria y Sostenibilidad Financiera** de las AA.PP (en adelante, LGEP), aprobada **por el** Parlamento en abril de 2012. Esta Ley Orgánica es consecuencia de la reforma constitucional aprobada **en el** mes de septiembre de 2011. La reforma modificó **el artículo 135 de la Constitución Española (en adelante, CE)** consagrando como principio constitucional la Estabilidad Presupuestaria, ya reconocida en su legislación española desde la entrada de España en la zona euro, y el cumplimiento del Pacto de Estabilidad y Crecimiento (en adelante, PEC). La reforma constitucional

● **26%** Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

## Textstelle (Originalquellen)

año. Asimismo, este marco de gobernanza económica se fortalece al introducir mecanismos adicionales de condicionalidad a las Administraciones que soliciten medidas extraordinarias de apoyo a la liquidez **La nueva Ley Orgánica de Estabilidad Presupuestaria y Sostenibilidad Financiera**, primera reforma adoptada **por el** Gobierno durante su mandato, supone un elemento fundamental **en el** esfuerzo de consolidación presupuestaria. Con el fin de garantizar la

MARTÍ SUMARIO: I. INTRODUCCIÓN. II. REQUISITOS MATERIALES: 1. Presupuesto habilitante: la necesidad urgente y extraordinaria. 2. La necesidad justificadora. 3. Ámbito de regulación y materias excluidas. III. REQUISITOS FORMALES. IV. DECRETOS LEYES AUTONÓMICOS. I. INTRODUCCIÓN **El artículo 1.1 de la Constitución Española (en adelante CE)** de 1978, señala que España se constituye en un Estado social y democrático de Derecho, que propugna como valores superiores de su ordenamiento jurídico la libertad, la

- 50 Ministerio de Hacienda: Programa na..., 2012, S. 6
- 51 Los derechos de los aragoneses en r..., 2007, S.

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

84

**ProfNet**

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 132

cifra a cumplir por el conjunto de AA.PP de déficit estructural y deuda pública en términos de PIB. Entre los objetivos de la LGEP se encuentra reforzar los compromisos de España con la UE y con la zona euro, "garantizando la sostenibilidad de las cuentas públicas y reforzando la confianza en la estabilidad de la economía española". Para lograrlo, la LGEP reúne en un único texto legal la estabilidad del conjunto de AA.PP (Estado, CC.AA, Ayuntamientos y Seguridad Social) y consagra como principios esenciales: la estabilidad, la plurianualidad, la transparencia y la eficiencia en la gestión de

## Textstelle (Originalquellen)

reciente Ley Orgánica 2/2012, de 27 de abril, de Estabilidad Presupuestaria y Estabilidad Financiera, que tiene como objetivos garantizar la sostenibilidad financiera de todas las Administraciones Públicas; fortalecer la confianza en la estabilidad de la economía española; y reforzar el compromiso de España con la Unión Europea en materia de estabilidad presupuestaria. En lo que aquí importa debemos destacar el artículo 20 cuando, al

- 52 El Sistema Europeo de Cuentas (SEC ..., 2012, S. 208

● 1% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

85

ProfNet

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 136

de las ciudades es el conjunto de procesos mediante los cuales los municipios impulsan acciones en el exterior con el fin de promover sus intereses locales. En este sentido, definiremos la diplomacia económica local como: "El total de iniciativas emprendidas por las ciudades para promocionar sus intereses económicos en los mercados mundiales"<sup>178</sup>. Como veremos a continuación, y pese a las desventajas con las que de inicio cuentan las ciudades en la definición y ejecución de sus estrategias de diplomacia económica, los municipios han visto una oportunidad de generación de riqueza, desarrollo y bienestar social en los proyectos de internacionalización económica. Así, han ido desempeñando una labor creciente en el extranjero en la captación de nuevos inversores y

178 Pluijm van der, R. (2007): City Diplomacy: The Expanding Role of Cities in International Politics, p.11.

## Textstelle (Originalquellen)

globalización, la diplomacia económica -entendida como el conjunto de acciones emprendidas por los distintos actores que conforman el Estado Nación en la promoción y defensa de sus intereses económicos en los mercados mundiales- es un elemento nuclear en el diseño y el desarrollo de la acción diplomática de los Estados. Una acción exterior que ya no monopoliza el Estado

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 1

● 0% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

86

## Textstelle (Prüfdokument) S. 143

social y territorial, así como en la elaboración de las distintas iniciativas legislativas de la Comisión Europea y el Parlamento Europeo. El Tratado de Lisboa (2007) dio un paso más en favor del mayor respaldo institucional a través de: "un reconocimiento de la cohesión económica social y territorial ( artículo 3 del Tratado), el respeto por la autonomía local y regional y la introducción del protocolo sobre la aplicación del principio de subsidiariedad y proporcionalidad por el que la Comisión Europea, antes de proponer un acto legislativo debe consultar con los Parlamentos nacionales la dimensión local y regional de la acción prevista (art. 5), o la introducción de elementos de apoyo a la democracia participativa (art. 10 y 11). Cabe recordar que la mayor parte de la normativa que se aplica a nivel local tiene su origen en la legislación comunitaria"<sup>193</sup>. Por lo que respecta a la legislación española, la Constitución Española y la Ley de Bases de Régimen Local consagran el principio de Autonomía Local, en base al cual los Ayuntamientos han encontrado margen para emprender políticas

<sup>193</sup> Idem.

## Textstelle (Originalquellen)

formulado la propuesta podrá, siempre de forma motivada, mantener el proyecto tal cual, modificarlo o retirarlo. Tal como se desprende, de la redacción del Tratado Constitucional y del Protocolo sobre la aplicación del principio de subsidiariedad y proporcionalidad los únicos órganos que participan de manera directa y con voz propia en este mecanismo de alerta temprana son los parlamentos nacionales. Los parlamentos regionales podrán

- 53 Los parlamentos regionales en la co..., 2005, S. 68

● 0% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

87

ProfNet

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 143

para emprender políticas de internacionalización, siempre y cuando no entren en colisión con la política exterior española. A continuación expondremos algunos casos prácticos que nos permitirán investigar las acciones de **diplomacia económica** liderados por los Ayuntamientos españoles **con el fin de lograr** mayores cotas de presencia en el escenario internacional. La metodología que desarrollaremos será descriptiva en base a la organización que de la diplomacia económica han elaborado distintos trabajos: Rana, K. (2000), la FEMP (2011) y **los Planes Integrales de Desarrollo de Mercado (2005)**. En los casos prácticos investigaremos los objetivos (elevar la exportación de mercancías, la atracción de inversores al territorio, la captación de talento o el aumento del número de turistas en la localidad, etc.) y los instrumentos utilizados

● **3%** Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

## Textstelle (Originalquellen)

Morillas y Rana Kishan. Así, definiremos la **diplomacia económica** como: "El conjunto de acciones emprendidas por el total de actores que conforman el sector público -Estado- **con el fin de lograr** sus intereses económicos, y en ocasiones también políticos, en los mercados mundiales. Las cuatro áreas sobre las que trabaja la diplomacia económica son: (i) la promoción del

**Los Planes Integrales de Desarrollo de Mercado** Pedro Pérez Sánchez-Castejón<sup>1</sup>, Juan Padilla Fernández-Vega<sup>1</sup>, Ma. Isabel Cepeda gonzález<sup>2</sup> departamento de Administración y Dirección de Empresas de la Facultad de CC. Jurídicas y Económicas. Universidad

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 3
- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 1

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

88

**ProfNet**

Institut für Internet-Marketing





## Textstelle (Prüfdokument) S. 147

el Ayuntamiento de Sevilla se articuló en torno a los tres ejes que configuraron la base de la acción de diplomacia económica local: (a) El proyecto A-400M se constituyó en un elemento central de la planificación estratégica de la ciudad. El Plan General de Ordenación Urbana de Sevilla, iniciado en 2000, detectó y localizó geográficamente las actividades tractoras de desarrollo económico y creación de empleo. Entre todas ellas, sobresalió la creación del Cluster del Sector Aeronáutico. Así, el posicionamiento económico internacional de la ciudad fue

## Textstelle (Originalquellen)

un proyecto estatal, el Ayuntamiento de Sevilla consideró necesaria la elaboración de un nuevo plan general de ordenación que dictaminase las líneas a seguir para reorganizar la ciudad. El plan general de ordenación urbana de 1987 El Ayuntamiento de Sevilla creó un organismo específico para llevar a cabo la planificación: la Gerencia Municipal de Urbanismo, que tenía como objetivo la elaboración del G.O.U.

- 54 el caso de Sevilla - Publicacions IEC, 2009, S. 199

● 9% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

89



ProfNet

Institut für Internet-Marketing

## Textstelle (Prüfdokument) S. 150

Defensa para la construcción de viviendas a cambio de la cesión de los 600.000 m. 2 cercanos al aeropuerto y propiedad del Ministerio, a la empresa EADS-CASA. En contraprestación, la corporación aeronáutica firmó con el Ayuntamiento un convenio de colaboración, **con una dotación presupuestaria de 3 millones de euros**, "para la puesta en marcha de un programa de fomento y desarrollo del sistema aeronáutico de ciencia, tecnología, formación y producción. Mediante el convenio, EADS-CASA se compromete a financiar un Plan de Actividades elaborado por la empresa y el Ayuntamiento de Sevilla", desarrollado por la Agencia Municipal Sevilla Global<sup>201</sup>. a.2. Renovar las instalaciones de la empresa tractora: La Junta de Andalucía concedió ayudas financieras al consorcio EADS-CASA para la modernización de sus instalaciones ya existentes (Tablada y San

201 Ayuntamiento de Sevilla (2009): Memoria Sevilla Global, p.26.

## Textstelle (Originalquellen)

su parte, el Consejo de Ministros celebrado en Palma en verano de 2009 también dio por satisfechas las demandas de las familias hoteleras,<sup>36</sup> entre otras cosas **con una dotación presupuestaria de 1.030 millones de euros** para toda España dentro de un amplio paquete de medidas para el turismo. 500 millones de los cuales consistieron en créditos ICO para

Palma en verano de 2009 también dio por satisfechas las demandas de las familias hoteleras,<sup>36</sup> entre otras cosas con una dotación presupuestaria de 1.030 millones de euros **para** toda España dentro de un amplio paquete de medidas para el turismo. 500 millones de los cuales consistieron en créditos ICO para el Plan Futur E, dentro

Para la creación de un Centro Asistencial para mujeres en Araba. Para informar acerca del "Plan de Acción Positiva para las mujeres en laCAV 1991/94" Para **la puesta en marcha de un Programa de** atención psicológica a las víctimas de agresiones sexuales y de maltrato en Bizkaia Con motivo del Día Internacional de la Mujer. Convenio de Colaboración Comparecencia de Directora

- 55 Paisajes devastados. Después del ci..., 1975, S. 378
- 56 Presencia de mujeres y políticas pa..., 1995, S. 359

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

90



4% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit



ProfNet

Institut für Internet-Marketing

## Textstelle (Prüfdokument) S. 159

de aquello con lo que se dio a conocer: el deporte. b) El Día Europeo del Deporte incorpora como novedad el deporte amateur como elemento de promoción y desarrollo económico. Tal y como recuerdan Pedrosa, R. y Salvador, J.A. (2003) el deporte moderno "se ha ido articulando en torno a dos tendencias distintas: el business sport, basado en las reglas del mercado, y el deporte para todos, forma de socialización sin vínculos organizativos ni competitivos, en la que las actividades deportivas a menudo se relacionan con el turismo (...)"<sup>213</sup>. Consolidado la primera tendencia Barcelona aspira con esta acción a posicionarse en la segunda. c) Una estrategia en red de distintos colectivos públicos y privados, nacionales y europeos. La gestión descentralizada del deporte en España<sup>214</sup> incentiva acciones de internacionalización

213 Pedrosa Sanz, R. y Salvador Insúa, J.A. (2003): El impacto del deporte en la economía: problemas de medición, pps. 61-84.

214 Primault, D. (2001): La incidencia del deporte sobre el empleo en Francia y en Europa", pps. 133-151.

## Textstelle (Originalquellen)

en organizaciones, competiciones, selecciones, mediciones, afiliaciones, ...) se ha ido articulando en torno a dos tendencias o realidades bien distintas: el business sport, basado en las reglas de mercado, y el deporte para todos, forma de socialización sin vínculos organizativos ni competitivos, en la que las actividades deportivas (individuales y colectivas) se relacionan, a menudo, con el turismo o la salvaguardia de la propia salud y del bienestar social. Ambas se apoyan en aproximaciones y métodos diferentes.<sup>4</sup> Consecuentemente,

- 57 EL IMPACTO DEL DEPORTE EN LA ECONOM..., 2003, S. 63

● 0% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

91

## Textstelle (Prüfdokument) S. 162

del Plan Japón. El Plan Japón fue concebido con un horizonte inicial de 3 años (2005-2008), y prorrogado de 2008 a 2011. Los principales objetivos fueron (i) elevar el número de turistas nipones en la capital de España; (ii) aumentar y afianzar las inversiones japonesas en la ciudad; (iii) promocionar la imagen de Madrid e impulsar las relaciones institucionales entre ambos territorios. La labor de acción de diplomacia económica prevista en el Plan Japón se articuló en torno a los siguientes elementos: (a) El activo liderazgo del Alcalde. En reconocimiento a la labor desempeñada, la ciudad de Madrid, y en su nombre el Alcalde, recibió la distinción de la Orden del Sol Naciente (1/12/2008) otorgada por la Embajada de Japón. Las acciones enmarcadas en el Plan Japón fueron de carácter transversal, afectando a las Áreas de Gobierno de Seguridad y Movilidad, Economía y Empleo, Las Artes y Vicealcaldía (con la creación de "Madrid Global" en 2008). (b) Participación de los agentes económicos y la Administración General del Estado. Las medidas inscritas en el Plan fueron elaboradas con la activa participación de los principales agentes económicos

## Textstelle (Originalquellen)

dt L ? de M\*1\*7n \* pon fiat cooc b dc ton un horizonte in.c l p)U9300 de 200\$ a 2011. Un p ópa 3 e número de turistas nipones en la cap l de Eswfia; aj r. IC las .nvenwnes japonesas en la ciudad, (iii) promocionar la imagen de Madrid e impulsar las relaciones institucionales entre ambos territorios. La labor de acción de par a diplomacia económica prevista el Plan Jspón se articuló en torno a los siguientes elementos El activo liderazgo del alcalde. En reconocimiento a la labor desempeñada la ciudad de Madrid, y en su nombre el alcalde, recibió la distinción de la Orden del Sol Naciente (1/12/2008) otorgada por la Embajada de Japón. Las acciones enmarcadas en el Plan Japón fueron de carácter transversal, afectando a las áreas de Gobierno de Seguridad y Movilidad. Economía y Empleo. Las Artes y la Vicealcald a con la creación de "Madrid Global" en 2008). S. 132 "aies experiencias implementadas poro, de la dudad de Madrid los aponen-, La partid pacón directa SwüriH S

- 11 Ocaña, Carlos/Sanchez, Pedro: La nu..., 2010, S. 0

● 21% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

92

## Textstelle (Prüfdokument) S. 162

del Estado. Las medidas inscritas en el Plan fueron elaboradas con la activa participación de los principales agentes económicos nipones que operaban en la ciudad, así como con la participación del **Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación del Gobierno de España**. La Comunidad de Madrid no participó en el mismo. Para mejor identificar el perfil del turista japonés, el Ayuntamiento de Madrid elaboró encuestas de satisfacción entre los turistas nipones que visitaron la ciudad<sup>218</sup> y entre los

<sup>218</sup> Ayuntamiento de Madrid (2005): Plan Japón, p. 10.

## Textstelle (Originalquellen)

núm 81, Sesión núm. 21, 27 de <sup>10</sup> octubre de 2007. <sup>10</sup> 3- introducción:Layout 1 03/02/2011 11:51 Página 20 <sup>1</sup> 1 Asesora en la Secretaria de Estado para la Unión Europea en el **Ministerio de Asuntos Exteriores y de <sup>1</sup> Cooperación del Gobierno de España** durante la Presidencia española de la UE. El artículo se escribe <sup>1</sup> a título personal y en ningún caso representa la opinión del MAEC. <sup>2</sup> 2 GOBIERNO DE ESPAÑA, "Programa

- 58 Entre la irrelevancia internacional..., 2011, S. 2004

● 2% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

93

ProfNet

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 169

en el plan estratégico de la acción municipal, el Plan Japón es un claro ejemplo de diplomacia económica bilateral (Madrid-Japón), cuyos objetivos fueron aumentar el número de turistas japoneses en la ciudad de Madrid, mejorar las relaciones comerciales y de inversión entre ambos territorios y promocionar la imagen de Madrid gracias a una intensa agenda institucional. Para lograr tales objetivos, el Ayuntamiento de Madrid contó con el liderazgo activo del Alcalde y con el consenso institucional, básicos en la diplomacia económica local. En sus dos periodos de vigencia (2005-2008 y 2008-2011), se realizaron acciones de carácter transversal para atajar las debilidades detectadas de la ciudad respecto al país asiático, al tiempo que se potenció el valor añadido que la

## Textstelle (Originalquellen)

apoyo y promoción de sus intereses económicos en el exterior, en especial hacia las economías emergentes que lideran el crecimiento de la economía mundial. Para lograr mejorar las relaciones comerciales y de inversión entre España y las economías emergentes nacieron los PIDM. Entre las conclusiones obtenidas en la presente investigación, destaca la eficacia de los PIDM en la consecución de

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 1

● 2% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

94

## Textstelle (Prüfdokument) S. 177

DE LA ADMINISTRACIÓN GENERAL DEL ESTADO. 6.1. INTRODUCCIÓN

Como hemos señalado en el Capítulo 2, la moderna diplomacia reconoce que el número de actores en las relaciones internacionales ha aumentado, produciéndose con ello una fragmentación de la **acción exterior que ya no** es monopolizada por una única institución, **el Estado Nación**<sup>229</sup>. En la actualidad, **la acción exterior** es gestionada de forma compartida por una multiplicidad de agentes de naturaleza pública y privada. La **nueva diplomacia** se define como la "**gestión de las relaciones entre Estados, y entre éstos y otros actores**"<sup>230</sup>. Así, los Estados Nación comparten la acción diplomática con **nuevos actores** (i) subestatales **fruto de la descentralización y la transferencia de poder y recursos en favor de** instituciones territoriales (en el caso español, las Comunidades Autónomas y Corporaciones Locales); (ii) **supranacionales, producto de** los procesos de integración regional y **multilateral creados** en su mayoría **en respuesta a la mundialización** y (iii) **los organismos reguladores y empresas pertenecientes al sector público**; (iv) **la aparición de nuevos actores tales como las multinacionales, las ONGS y la llamada "diplomacia de los ciudadanos"**. En función de quien sea el actor, **los intereses a promocionar podrán o no ser coincidentes con aquellos que defiende el Estado Nación**. Simultáneamente, la modernización de la acción diplomática ha supuesto "**cambiar métodos y medios pero sobre todo contenidos incorporando otra serie de intereses**", **como por ejemplo, "los intereses económicos"**<sup>231</sup>. Como se ha apuntado a lo largo de la presente investigación, en la actualidad **las relaciones económicas internacionales, otrora subordinadas a los intereses geoestratégicos**<sup>232</sup>, se erigen como

● 17% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

## Textstelle (Originalquellen)

de sus intereses económicos en los mercados mundiales- es un elemento nuclear en el diseño y el desarrollo de la acción diplomática de los Estados. Una **acción exterior que ya no** monopoliza el Estado Nación, como tampoco dentro de él, el ministerio de exteriores. La labor diplomática se fragmenta y comparte entre múltiples instituciones públicas y privadas, así

las relaciones internacionales. En la era de la globalización, la diplomacia económica -entendida como el conjunto de acciones emprendidas por los distintos actores que conforman **el Estado Nación en la** promoción y defensa de sus intereses económicos en los mercados mundiales- es un elemento nuclear en el diseño y el desarrollo de **la acción** diplomática de los

los cuales, pero no el único, es el Estado Nación" (Bayne y Woolcock, 2011: 9). La **nueva diplomacia** ya no es la relación exclusiva entre Estados, sino "**la gestión de las relaciones entre Estados, y entre éstos y otros actores**" (Barston, 2006:1). Entre los **nuevos actores** de la diplomacia se encuentran: (i) los entes territoriales, **fruto de la descentralización y la transferencia de poder y recursos** de los Estados Nación **en favor de** regiones y ayuntamientos; (ii) las instituciones **supranacionales producto de** los procesos de integración regional y multilateral creados mayoritariamente en respuesta a la

de poder y recursos de los Estados Nación en favor de regiones y ayuntamientos; (ii) las instituciones supranacionales producto de los procesos de integración regional y **multilateral creados** mayoritariamente **en respuesta a la mundialización** y (iii) **los organismos reguladores y empresas pertenecientes al sector público**; (iv) **la aparición de nuevos actores tales como las empresas multinacionales, las ONGS y la aparición de la llamada diplomacia de los ciudadanos**. En función de quien sea el actor, **los intereses a promocionar podrán o no ser coincidentes con aquellos que defiende el Estado Nación**. En este contexto, la nueva diplomacia del sector público en su conjunto debe "**cambiar métodos y medios pero sobre todo contenidos incorporando otros intereses**", **como por ejemplo, "los intereses económicos"**<sup>2</sup>. En efecto, si históricamente, en especial tras la Segunda Guerra Mundial, **las relaciones**

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 1
- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 2

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

95

ProfNet

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 178

elemento nuclear de la nueva actividad diplomática<sup>233</sup> situándose, cuando no desplazando, en el mismo nivel que los objetivos que han caracterizado tradicionalmente la diplomacia: la cooperación política internacional, la seguridad y el mantenimiento de la paz<sup>234</sup>. Antes de entrar a investigar la diplomacia económica realizada por el Gobierno central en España, conviene que recuperemos la definición que sobre la misma hemos elaborado en el presente trabajo y en base a la cual hemos articulado la investigación. Así, definíamos la diplomacia económica

229 Bayne, N. y Woolcock S. (2011): New Economic Diplomacy, pps. 21-44.

230 Barston, R. (2006): Modern Diplomacy, pps.1-2.

231 Bassols, R. (1995): La diplomacia al servicio de la economía, pps. 195-197.

232 Azuelos, M. (2011): Les évolutions de la diplomatie économique américaine, pps.2-19.

233 Chavagneux, C. (1999): La diplomatie économique: plus seulement une affaire d'États. pps. 1-23.

234 Morillas, J. (2000): La diplomacia económica, la otra mediación del Estado, pps. 41-44.

## Textstelle (Originalquellen)

económicas estaban subordinadas a los intereses geoestratégicos (Azuelos, M. 2010:12); en la actualidad, la economía se erige en un elemento nuclear de la nueva actividad diplomática (Chavagneux, C. 1999: 33; Ögütçü, M. y Saner, R., 2008:1) situándose, cuando no desplazando, al mismo nivel en orden de importancia a los objetivos que han caracterizado tradicionalmente la diplomacia: la cooperación política internacional, la seguridad y el mantenimiento de la paz (Javier Morillas, 2000: 42). Son múltiples las definiciones dadas por la literatura a un concepto escurridizo como es el de la diplomacia económica. Las diferentes definiciones elaboradas por

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 2

● 9% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

96



## Textstelle (Prüfdokument) S. 178

conviene que recuperemos la definición que sobre la misma hemos elaborado en el presente trabajo y en base a la cual hemos articulado la investigación. Así, definíamos **la diplomacia económica como**: Las **acciones emprendidas por el conjunto de actores que conforman el Estado para lograr sus intereses económicos en los mercados mundiales. Las 7 áreas** en las que trabaja la diplomacia económica **son**: (a) **la promoción del comercio**, el turismo, la inversión, (b) las finanzas, (c) **la captación de tecnología y conocimiento**, (d) **la energía y la sostenibilidad global**, (e) la cooperación **al desarrollo**, (f) la seguridad económica, y (g) las Estrategias de Marca País. El estudio de la diplomacia económica analizará la coherencia o los conflictos que pudieran surgir entre los objetivos políticos y económicos en el marco **de la política exterior de los Estados. Con el objeto de mejorar la eficacia de las acciones emprendidas, la diplomacia económica investigará los procesos de negociación y toma de decisión de los actores implicados. A la luz de la definición elaborada, y en lo que respecta al papel del Gobierno central en la diplomacia económica, conviene hacer los siguientes comentarios**: (a) Pese a la referida fragmentación de las relaciones económicas internacionales y, en consecuencia, de la acción diplomática, los Gobiernos centrales continúan siendo la principal referencia y el actor protagonista de la acción exterior

● **13%** Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

## Textstelle (Originalquellen)

Woolcock, Saner, Yiu, José Manuel Albares Bueno, Javier Morillas y Rana Kishan. Así, definiremos **la diplomacia económica como**: "El conjunto de **acciones emprendidas por el total de actores que conforman el sector público - Estado-** con el fin de lograr sus intereses económicos, y en ocasiones también políticos, en los mercados mundiales. Las cuatro áreas sobre las que

Así, entenderemos la diplomacia económica como "el conjunto de acciones impulsadas por el total de actores que forman parte del Estado, cuyo objetivo es promover **sus intereses económicos en los mercados mundiales. Las tres áreas sobre las que trabaja la diplomacia económica son**: (i) la promoción del comercio, (ii) la promoción y atracción de inversión, (iii) la captación de tecnología y de conocimiento.

el fin de lograr sus intereses económicos, y en ocasiones también políticos, en los mercados mundiales. Las cuatro áreas sobre las que trabaja la diplomacia económica **son**: (i) **la promoción del comercio**, (ii) la promoción de la inversión, (iii) **la captación de tecnología y conocimiento**, y (iv) **la gestión de la Ayuda al Desarrollo**. El estudio de la diplomacia económica incorporará el análisis de la diplomacia comercial, entendida esta como un estadio inicial

Ayuda al Desarrollo. El estudio **de la diplomacia económica incorporará el análisis de la diplomacia comercial, entendida esta como un estadio inicial de la DE. Con el objeto de mejorar la eficacia de las acciones emprendidas para el logro de los intereses que persigue, la diplomacia económica investigará los procesos de negociación y toma de decisión de los actores implicados". 2.**

NUEVOS INSTRUMENTOS DE LA DIPLOMACIA ECONÓMICA. EL CASO DE LOS PLANES INTEGRALES DE DESARROLLO (PIDM) Una de

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 3
- 4 Sanchez, Pedro: /Fernández-Vega, Juan Padilla: LA D..., 2012, S.
- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 3

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

97



## Textstelle (Prüfdokument) S. 179

Constitución Española, en su artículo 149.3.1, reconoce la exclusiva competencia del Estado sobre las relaciones internacionales. Ello implica que el **Gobierno central ostenta la interlocución con los organismos internacionales siendo**, como hemos visto **en el capítulo 5, el responsable último del cumplimiento de los acuerdos internacionales**. Esto no significa el que los municipios y las Comunidades Autónomas (estas últimas pueden participar en delegaciones ante Organismos Internacionales en los temas que les afecten) participen en las relaciones internacionales, debido a la transformación de buena parte de los asuntos internacionales en asuntos (inter)domésticos (ver capítulo 5). **La transferencia de poder institucional realizada** hacia los Entes territoriales y supranacionales limita las **competencias que históricamente** ha monopolizado **el Gobierno central debiendo crearse, como de hecho se hace en el caso español**, espacios de interlocución y negociación entre el Gobierno central y las estructuras territoriales para el alineamiento de posiciones en temas internacionales. Todo ello ha sido extensamente tratado en los capítulos 5 y 6 de la presente investigación, en los que

● **23%** Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

## Textstelle (Originalquellen)

ocupa, **en el organigrama** de cada una de ellas, la Secretaría General). El **Gobierno central** es quien **ostenta la interlocución con los Organismos Internacionales, siendo el responsable último del cumplimiento de los acuerdos internacionales**. Sin embargo, las administraciones subáctales (común id a des Autónomas y Ayuntamientos) participan cada día mas en las relaciones internacionales gracias a **la transferencia de poder institucional realizada** por el Estado, limitando las **competencias que históricamente** monopolizaba **el Gobierno central debiendo crearse, como de hecho se hace en el caso español**,

- 59 Álvarez Calzada, Óscar: Claves de I..., 2012, S. 0

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

98

**ProfNet**

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 180

de la misma son asuntos donde el Gobierno central mantiene competencias decisivas (por ejemplo, en el ámbito legislativo) que explican el porqué, pese a la fragmentación de la acción diplomática y la entrada en el campo de **las relaciones económicas internacionales** de nuevos actores, continúa siendo el principal actor y el más influyente en el desarrollo de **las relaciones económicas internacionales**. 235 BOE. Real Decreto 1412/2000, de 21 de julio, de creación del Consejo de Política Exterior. En el presente capítulo abordaremos las razones económicas que justifican el activo papel que el Gobierno de España ha desarrollado en materia de diplomacia económica, a lo largo en los últimos 10-12 años. Sin

## Textstelle (Originalquellen)

diplomacia económica española. Por un lado, ejemplifican el liderazgo de otros ministerios ajenos al ministerio de exteriores, en este caso el de economía y competitividad, en **las relaciones económicas internacionales**. De otro, su naturaleza multidisciplinar en la definición estratégica de sus acciones: promoción comercial y de inversiones, y el fortalecimiento de **las relaciones institucionales** de España y los países

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 11

● 2% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

99

**ProfNet**

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 181

los mercados financieros; (b) la globalización de la mayor parte de mercados, lo que ha significado el aumento de la competencia entre empresas y entre territorios; (c) la aparición de nuevos competidores como son las economías emergentes; y (d) los **avances en la Tecnología de la Información y la Comunicación que ha** facilitado, entre otras, la fragmentación de los procesos productivos. A continuación nos centraremos en las razones económicas de naturaleza doméstica que abundan en la idea del activismo internacional, experimentado en las últimas décadas, por las autoridades

## Textstelle (Originalquellen)

ha participado la escuela para que se desarrollen estos cambios en el proceso cognitivo?. Las redes sociales como posibilidad en el proceso educativo. Los acelerados **avances en la tecnología de la información y la comunicación que ha** generado la creciente utilización de las redes sociales virtuales como Facebook, twitter, teunti entre otras, exigen al sistema educativo enfrentar nuevos retos, formar a los niños y

- 60 V Congreso Internacional de Trans d..., 2012, S.

● **11%** Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

100

**ProfNet**

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 181

de naturaleza doméstica que abundan en la idea del activismo internacional, experimentado en las últimas décadas, por las autoridades españolas en materia de diplomacia económica. Las razones pueden resumirse en: (a) una relación históricamente deficitaria en **las relaciones comerciales de España con el exterior**; (b) la escasa diversificación geográfica de las exportaciones en detrimento de **las economías emergentes que lideran el crecimiento de la economía mundial**; (c) la evolución de la Inversión Extranjera Directa (en adelante, IED); (d) una industria exportadora de competitividad media- baja; (e) la exigencia de crear empleo e internacionalizar la empresa española, **en un contexto como el actual de crisis económica**; y (g) la integración europea y la pertenencia al euro. 6.2.1. Una relación deficitaria con el exterior. Históricamente España viene registrando recurrentes déficit en la balanza por cuenta corriente, fundamentalmente por el permanente resultado negativo de la balanza comercial<sup>236</sup>.

236 La Balanza de Servicios, superavitaria por la fortaleza del sector turístico español, compensa solo en parte el déficit de la Balanza Comercial.

● **14%** Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

## Textstelle (Originalquellen)

Canadá, Dinamarca, Finlandia, Francia, Alemania, Grecia, Islandia, Italia,<sup>8</sup> Japón, Luxemburgo, Holanda, Nueva Zelanda, Noruega, Portugal, España, Suecia, Reino<sup>8</sup> Unido, USA).<sup>9</sup> 9 Beatriz Pérez Raposo y Leonel Cerno (2011) "**Las relaciones comerciales de España con los<sup>9</sup> Países Objeto de los Planes Integrales de Desarrollo de Mercados (PIDM) 1999-2010**, Revista<sup>9</sup> de Economía ICE (marzo-abril 2011). Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.<sup>10</sup> 10 Véase Herce. J.A. (2010): "

español, han propiciado que el Estado impulse la creación de instrumentos innovadores de apoyo y promoción de sus intereses económicos en el exterior, en especial hacia **las economías emergentes que lideran el crecimiento de la economía mundial**. Para lograr mejorar las relaciones comerciales y de inversión entre España y las economías emergentes nacieron los PIDM. Entre las conclusiones obtenidas en la presente investigación, destaca

entidad ejecutante de "moralmente reprochable" y, por consiguiente, el ejercicio del derecho ofrecido por el art. 579 LEC de poco acorde con la realidad de los tiempos, **en un contexto, como el actual, de crisis económica**, invocando expresamente el que las normas hayan de interpretarse en función de la realidad en que ha de producirse su aplicación (art. 3 CC). Por tanto, y en

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 1
- 61 La satisfacción del crédito por tra..., 2011, S. 16

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

101

## Textstelle (Prüfdokument) S. 182

euro. 6.2.1. Una relación deficitaria con el exterior. Históricamente España viene registrando recurrentes déficit **en la** balanza por cuenta corriente, fundamentalmente por el permanente resultado negativo de la balanza comercial<sup>236</sup>. Si observamos la última fase expansiva **de la economía española ( finales de la década de 1990 hasta 2007)** vemos que España multiplicó por 4 su déficit por cuenta corriente: 25 mil millones de euros (4% del PIB) en el año 2000 hasta los 105 mil millones (10% del PIB) en 2007<sup>237</sup>. Sólo tras la crisis iniciada en 2008, y que aún continúa sufriendo la economía española, se ha registrado una abrupta corrección del déficit, bajando hasta

<sup>236</sup> La Balanza de Servicios, superavitaria por la fortaleza del sector turístico español, compensa solo en parte el déficit de la Balanza Comercial.

## Textstelle (Originalquellen)

supone una reducción **en la** cantidad absoluta de recursos naturales que se utilizan por la economía correspondiente. Esta distinción será importante también en el caso **de la economía española**. **A finales de la década de los ochenta**, la discusión se bifurcó en dos direcciones que, al cabo de los años, acabaron encontrándose. Por un lado, la cuestión de la desmaterialización

- <sup>62</sup> La economía española: el dragón europeo..., 2002, S.

● **9%** Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

102

**ProfNet**

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 184

basado en el tirón de la demanda interna y no de la demanda externa; y, a partir de 2008, como única tabla de salvación para recuperar la actividad económica, mantener el tejido productivo y crear empleo. Como dice Cantero Talavera (2007) "la internacionalización de las empresas ha dejado de ser una opción para pasar a ser una necesidad si se quiere sobrevivir en un mundo globalizado"<sup>241</sup>. El apoyo a la internacionalización, a través de la diplomacia económica, es complementario a la necesaria mejora de la competitividad de la economía española. 6.2.2. La necesaria diversificación vs. la actual concentración geográfica de las relaciones comerciales españolas. La economía española concentra más del 65% del total de sus exportaciones en los Estados miembros de la UE (el 68%, 125.766 millones de euros, en el año 2010). Los principales socios comerciales son Francia (18,3% del total de exportaciones de mercancías), Alemania (10,5%), Portugal (8,9%), Italia (8,8%) y Reino Unido (6,2%) con datos de 2010. Las ventas a países no pertenecientes a la UE supusieron un 32,3% del total, alcanzando

241 Cantero Talavera, F.J. (2007): Retos del Sector Exterior Español: Hacia una diplomacia económica ampliada e integrada, pps. 1-107.

● 14% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

## Textstelle (Originalquellen)

de un organismo de promoción comercial como es ICEX: nuestro mercado es asimismo el mercado de nuestros competidores, por lo que la internacionalización de nuestras empresas ha dejado de ser una opción para pasar a ser una necesidad si se quiere sobrevivir en un mundo globalizado. Hoy en día, sólo actuando globalmente se puede ser competitivo. La segunda reflexión es que el marco de liberalización y apertura del sector exterior supone la

servicios producidos, y que aproveche las sinergias y complementariedades entre sectores. Una política basada en su contribución esencial al aumento del conocimiento científico y del desarrollo tecnológico y la mejora de la competitividad de la economía española, a la mejora de la calidad de vida y a la mayor cohesión territorial y social en un marco de desarrollo sostenible. Todo ello debe configurar un entorno que facilite

- 63 La estrategia de apoyo a la interna..., 2005, S.
- 8 CCOO: gs gaceta sindical, 2007, S. 226

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

103

## Textstelle (Prüfdokument) S. 185

frente al 24,7% en 2003). En efecto, en la última década las instituciones españolas han volcado muchos recursos en el desarrollo de estrategias comerciales tendentes a estrechar lazos con las denominadas economías emergentes; poniendo en marcha, por ejemplo, los Planes Integrales de Desarrollo de Nuevos Mercados, a los que dedicaremos el Capítulo 8. Hasta entonces, baste apuntar que los países objetivo de dichos Planes (Rusia, Turquía, Marruecos, Argelia, Estados Unidos, México, Brasil, India, China, Japón y Corea del Sur) han visto incrementado el volumen de exportación de mercancías en un 22,6% (con datos de 2010) cuando el incremento de las exportaciones a los países de la UE para ese mismo año aumentó en un 15,4%. Por su parte,

## Textstelle (Originalquellen)

Los Planes Integrales de Desarrollo de Mercado Pedro Pérez Sánchez-Castejón<sup>1</sup>, Juan Padilla Fernández-Vega<sup>1</sup>, Ma. Isabel Cepeda González<sup>2</sup> departamento de Administración y Dirección de Empresas de la Facultad de CC. Jurídicas y Económicas.

ello la efectividad de la puesta en marcha de los denominados planes de desarrollo integral de mercados. Las ventas a los once países elegidos como prioritarios: Rusia, Turquía, Marruecos, Argelia, Estados Unidos, México, Brasil, India, China, Japón y Corea del Sur aumentaron en conjunto un 19,8 por 100 en 2011, un porcentaje superior tanto al del total de la exportación española (15,4 por 100) como al de las ventas dirigidas a la

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Cepeda..., 2011, S. 1
- 64 ICE: El sector exterior en 2011, Nú..., 2012, S.

● 22% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService  
Prüfbericht  
831713  
14.12.2018  
104





## Textstelle (Prüfdokument) S. 186

en los mercados internacionales<sup>1242</sup>. Tal y como puede observarse en el Cuadro 29, la economía española ha protagonizado un papel importante en la Inversión Extranjera Directa (en adelante, IED) mundial. Así, entre 1985 y 2009 la cuota mundial aumentó 2,8 puntos. En los últimos años, como consecuencia de la crisis y el carácter cíclico de la IED, así como la aparición de nuevos competidores en las economías emergentes, los flujos recibidos por la economía española se han visto reducidos significativamente (según datos de la UNCTAD, a la

242 Fernández- Otheo, C.M. (2011): Inversión Exterior Directa, pps.347-360.

## Textstelle (Originalquellen)

España, seguido del sector de 75 y más años. No obstante, es muy probable que otros grupos de menor edad hayan incrementado su presencia en el sistema en los últimos años como consecuencia de la crisis económica y el incremento del desempleo. El nivel de estudios ofrece, por su parte, un perfil previsible, por cuanto que los niveles con mayor presencia entre

- 65 economía, trabajo y sociedad memori..., 2008, S. 764

● 13% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

105

ProfNet

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 187

de endeudamiento en los mercados nacionales e internacionales, y la fase alcista de los mercados de valores, tendencia rota en la actual fase de recesión económica. (d) Las ventajas fiscales de apoyo a la inversión exterior. La creciente importancia de las empresas españolas de máxima dimensión en los mercados internacionales (aquellas que cotizan en el IBEX-35) también se refleja en el hecho de que éstos aportaron, en 2010, el 53% de los ingresos totales de las empresas del IBEX-35, mientras que en 2000 no representaba más del 23%. A mayor abundamiento, las plantillas de las empresas del IBEX- 35 han disparado en 2011 sus plantillas en el exterior, alcanzado la cifra global de los 1,18 millones de empleados. Como ejemplo, del total

## Textstelle (Originalquellen)

la UE y Latinoamérica, produciéndose en la última década la entrada de empresas españolas en EEUU, Europa del Este y, en menor medida, Asia. La creciente participación de las empresas españolas de máxima dimensión en los mercados internacionales también se refleja en el hecho de que éstos aportan en 2010 el 53% de los ingresos totales de las empresas del IBEX35, mientras que diez años antes apenas representaban el 23% (Chislett, 2010). Con todo, a pesar de estos progresos, las empresas españolas se encuentran con limitaciones para profundizar la internacionalización, en

- 66 Presidencia del Gobierno: Informe E..., 2010, S. 110

● 9% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

106

ProfNet

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 193

de entes de naturaleza territorial (regional y municipal). En los siguientes Capítulos abordaremos la investigación de la diplomacia económica de la Administración General del Estado, inmersa, como hemos señalado en el anterior Capítulo, en un proceso **de apoyo a la internacionalización de la empresa española**. En coherencia con lo expuesto, cada vez es más común escuchar a los distintos responsables del MAEC apostar por la diplomacia económica: informaciones aparecidas en los medios de comunicación sobre cómo el MAEC trata de dotar a sus legaciones de más contenido económico<sup>251</sup>, declaraciones públicas de sus máximos responsables ante los medios, las Cortes Generales y ante foros empresariales<sup>252</sup> y

251 Artículo "Embajadas S.A." publicado en El País, Domingo 23 de Septiembre de 2012.

252 Encuentro del Ministro de Asuntos Exteriores, Margallo, ante el Foro de Marcas

## Textstelle (Originalquellen)

componen. Asimismo, existen paralelamente Convenios de Cooperación, entre ICEX y las distintas Agencias u Organismos de Promoción Exterior Autonómicos, con el objeto de coordinar y completar las actividades **de apoyo a la internacionalización de la empresa española, y en** particular de cada Comunidad Autónoma, en distintas áreas como la iniciación a la exportación o la promoción comercial exterior. Actualmente existe un convenio vigente hasta 25-07-2008 con Extenda,

- 67 Programa operativo FEDER de Andaluc..., 2007, S. 138

● 9% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

107

## Textstelle (Prüfdokument) S. 194

de reforma del Sector (1986), el Anteproyecto de Ley del Servicio Exterior (2000), la constitución de una Comisión Interministerial para la Reforma Integral del Sector Exterior (2004-2005), y la creación en 2005 de la Subcomisión parlamentaria en el seno de **la Comisión de Asuntos Exteriores del Congreso de los Diputados para** la reforma del Sector Exterior, que no concluyó en propuestas por la falta de acuerdo entre los dos principales Grupos Parlamentarios, PP y PSOE; pero cuya lectura de las Actas de los comparecientes (provenientes tanto del sector

## Textstelle (Originalquellen)

interna en Zimbabwe tras la investidura de Robert Mugabe como presidente. 23.07.08 295. Política exterior El ministro de Asuntos Exteriores y de Cooperación, Miguel Ángel Moratinos, comparece ante **la Comisión de Asuntos Exteriores del Congreso de los Diputados para** informar del Proceso de Barcelona: Unión por el Mediterráneo, resultado de la Cumbre Euromediterránea celebrada en París. En su intervención Moratinos también anuncia la presentación

- 33 Cronología de la política exterior ..., 2009, S. 16

● **11%** Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

108

**ProfNet**

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 195

impulso a **la diplomacia económica española**, y a la espera de abordar en posteriores Capítulos el estudio de las principales innovaciones realizadas por el poder ejecutivo, señalaremos la principal acción que desde el poder legislativo se ha planteado **en los últimos años**: la presentación de una Proposición no de Ley, debatida y aprobada en abril de 2011, por la que se instaba al Gobierno de España a la puesta en marcha de medidas de fomento y apoyo a la diplomacia económica<sup>255</sup>. La iniciativa parlamentaria dividía las actuaciones en: (a) acciones ante la UE gracias al refuerzo **de los Acuerdos de Asociación de la UE con** las áreas históricamente preferentes para España: Latinoamérica y el Mediterráneo, sin olvidar las economías emergentes; (b) acciones ante organismos multilaterales a través **de la Organización Mundial del Comercio (OMC) y los acuerdos** de la Ronda de Doha; (c) medidas tendientes a construir relaciones bilaterales y estratégicas con economías emergentes (a través, entre otras, **de los Planes Integrales de Desarrollo de Mercados** cuyo análisis abordaremos en capítulos ulteriores); (d) medidas que mejoren la imagen de España elevando la notoriedad del país gracias a la construcción de alianzas con empresas y personalidades españolas internacionalmente conocidas; (d) potenciando **los instrumentos de apoyo a la internacionalización de la empresa española** y la defensa de sus intereses. En los siguientes apartados abordaremos la investigación de las principales innovaciones en materia de diplomacia económica española: (a) desde el punto de vista institucional, con la creación de nuevos organismos y/o la reforma de otros tradicionalmente importantes en la internacionalización de la economía española, como el ICEX; (b) estratégico, con la inclusión de la

255 Proposición no de Ley 162/000816, de 6 de abril de 2011, sobre Diplomacia Económica,

## Textstelle (Originalquellen)

El presente trabajo estudia los Planes Integrales de Desarrollo de Mercados (PIDM) como ejemplo de las innovaciones que **la diplomacia económica española** ha venido impulsando **en los últimos años**. La globalización y los procesos de internacionalización emprendidos por el tejido empresarial español, han propiciado que el Estado impulse la creación de instrumentos innovadores de apoyo y promoción

Mediterráneo; la concesión del Estatuto Avanzado a Marruecos; el Pacto Europeo sobre Inmigración y Asilo; las relaciones entre la UE y América Latina; el estado de las negociaciones **de los Acuerdos de Asociación de la UE con** América Central, la Comunidad Andina y Mercosur; y la próxima cumbre sobre la crisis financiera internacional de Washington. 28.10.08 445. CEDEAO El secretario de Estado de Asuntos Exteriores, Ángel

competitivas en ubicaciones en el exterior, etc. Otros aspectos a tener en cuenta estaban relacionados con los debates y la evolución de las negociaciones en el seno **de la Organización Mundial del Comercio (OMC) y los acuerdos** preferenciales (la amenaza de mayor competencia por productos importados y la oportunidad para empresas agroalimentarias con implantación exterior), la ampliación de la Unión Europea (12 nuevos Estados

Luxemburgo, Holanda, Nueva Zelanda, Noruega, Portugal, España, Suecia, Reino Unido, USA).<sup>9</sup> 9 Beatriz Pérez Raposo y Leonel Cerno (2011) "Las relaciones comerciales de España con los Países Objeto **de los Planes Integrales de Desarrollo de Mercados (PIDM)** 1999-2010, Revista<sup>9</sup> de Economía ICE (marzo-abril 2011). Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.<sup>10</sup> 10 Véase Herce. J.A. (2010): "Internacionalización, empleo y modernización de la economía española". ICEX.<sup>11</sup> 11 Véase el informe

busca de mayor poder e influencia 3.5 La participación en fondos fiduciarios e iniciativas multilaterales vinculadas al Banco Mundial (FMAM e Iniciativa PPME) un incipiente compromiso con el desarrollo? 4. **Los instrumentos de apoyo a la internacionalización de la empresa española** en las relaciones con el Banco Mundial 4.1 La definición de los instrumentos en el marco de la política comercial 4.2 La cofinanciación de proyectos - 3 -4.3 Los fondos

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 1
- 33 Cronología de la política exterior ..., 2009, S.
- 68 El cooperativismo: Una fórmula para..., 2012, S. 83
- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 1
- 69 El Banco Mundial y la política española..., 2000, S. 2

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

109

● 32% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

## Textstelle (Prüfdokument) S. 196

la acción gubernamental y de su coordinación, también, en consecuencia, de la acción exterior. El COPEX está presidido por **el Presidente del Gobierno**, y como **miembros permanentes**: la Vicepresidencia **del Gobierno** y Ministerio de la **Presidencia**, los Ministerios **de Asuntos Exteriores y de Cooperación**, de **Justicia**, de **Defensa**, del Interior, de **Educación, Cultura y Deporte**; de **Empleo y de Seguridad Social**; de **Industria, Energía y Turismo**; de **Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente**; y de **Economía y Competitividad**. Recientemente, se ha incorporado **el Alto Representante de la Marca España**, **que participará en las reuniones únicamente** para los asuntos que afecten a su ámbito competencial (en capítulos posteriores realizamos un análisis sobre esta nueva figura).

## Textstelle (Originalquellen)

de julio, que pasa a tener la siguiente redacción: "1. Son **miembros permanentes el Presidente del Gobierno**, la Vicepresidenta del Gobierno y Ministra de la **Presidencia**, y los **Ministros de Asuntos Exteriores y de Cooperación, de Justicia, de Defensa, del Interior, de Educación, Cultura y Deporte, de Empleo y de Seguridad Social, de Industria, Energía y Turismo, de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, y de Economía y Competitividad**. Asimismo, será miembro del Consejo de Política Exterior **el Alto Comisionado del Gobierno para la Marca España, que participará en sus reuniones únicamente** cuando los

- 70 Disposición 8672 del BOE núm. 155 d..., 2012, S. 72

● 32% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

110

ProfNet

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 196

encuentra el diseño de directrices y estrategias acción exterior de España, cuya elaboración será de carácter anual; la coordinación de la acción exterior de los diversos departamentos 256 **Real Decreto 1412/2000, de 21 de julio, de creación del Consejo de Política Exterior, BOE, 2000.** ministeriales y organismos públicos; la asistencia al Presidente del Gobierno en hacer velar **por el** cumplimiento de dichas estrategias. El COPEX se reunirá con una periodicidad de dos veces al año. La convocatoria del mismo correrá a

## Textstelle (Originalquellen)

el que se crea el Alto Comisionado del Gobierno para la Marca España y se modifica el **Real Decreto 1412/2000, de 21 de julio, de creación del Consejo de Política Exterior.** (BOE número 155, de 29 de junio de 2012. BOD número 129 de 3 de julio de 2012). Real Decreto 1003/2012, de 29 de junio, **por el** que se modifica el Real Decreto 997/2003, de 25

- 71 Ministerio de Defensa: Revista Espa..., 2012, S. 435

● 4% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

111

**ProfNet**

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 197

años de vida, dos modificaciones legales: (a) La primera<sup>257</sup>, realizada en 2007, fue precedida de un Informe presentado en Consejo de Ministros el 26/10/2007, y realizada en el marco del Acuerdo de Consejo de Ministros de 2006258 por el que aprueban medidas para la potenciación de la Acción Exterior del Estado siguiendo las recomendaciones de la Comisión Interministerial para la Reforma Integral del Servicio Exterior. La modificación supuso, a ojos del Gobierno, una reforma en profundidad del COPEX siendo las principales: la creación del Consejo Consultivo (ya mencionado); el refuerzo del papel del MAEC como responsable de la implementación de las

257 Real Decreto 1389/2007, de 29 de octubre, por el que se modifica el Real Decreto 1412/2000, de 21 de julio, de creación del Consejo de Política Exterior, BOE, 2007.

## Textstelle (Originalquellen)

de junio de 171/177 ! Orden AEC/2783/2006, de 7 de septiembre, por el que se dispone la publicación del Acuerdo del Consejo de Ministros, por el que se aprueban medidas para la potenciación de la acción exterior del Estado ! Orden DEF/783/2007, de 22 de marzo, sobre organización y funcionamiento de las Agregadurías de Defensa ! Instrucción núm. 8/2007, de la Secretaría de Estado de Seguridad, relativa a la concesión

como la "ineludible reforma de nuestro servicio exterior", en palabras del ministro Moratinos (2005b). En ese sentido, 2005 ha sido un año de tránsito, en el que la Comisión Interministerial para la Reforma Integral del Servicio Exterior ha elaborado, como estaba previsto, un informe que ha permitido a Moratinos presentar su propio informe al Consejo de Ministros, con el objetivo de adoptar en 2006

- 72 Funcionarios del Ministerio del Int..., 2008, S.
- 73 Disenso y adversidad: la política e..., 2006, S. 2005

● 21% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

112

ProfNet

Institut für Internet-Marketing





## Textstelle (Prüfdokument) S. 200

Gobierno conociera, de primera mano, las situaciones que atravesaban las empresas en los países de Latinoamérica y Asia, que luego defendía en la interlocución con los distintos Gobiernos. 7.4. La Subdirección General de diplomacia económica. Como Departamento **encargado de la dirección de la política exterior de conformidad con las directrices del Gobierno y en aplicación del principio de unidad** en el exterior, el MAEC ha creado por primera vez en su historia, el área de diplomacia económica, con rango de Subdirección General, dependiente de la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales perteneciente al Ministerio de Exteriores. Entre **las funciones de** la Subdirección General de Diplomacia Económica<sup>265</sup> se encuentran la participación, junto con

265 Real Decreto 342/2012, por el que se desarrolla la estructura orgánica del Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación (MAEC). Artículo 16. 1.2., BOE, 10 de febrero de 2012.

## Textstelle (Originalquellen)

ya existentes, pero esas reformas las iremos desarrollando al hilo de la exposición, del apartado siguiente. 3.2.2. Órganos rectores de nivel político El Ejecutivo es el **encargado de la dirección de la política exterior** y de cooperación internacional, mediante sus distintos departamentos, garantiza la presencia de España en los distintos organismos y foros internacionales, en los que se debaten materias relacionadas

Ministerio de Asuntos Exteriores<sup>3</sup> 1, se refirió al principio de unidad de acción en el exterior en los siguientes términos: "Al Ministerio de Asuntos Exteriores competen, **de conformidad con las directrices del Gobierno y en aplicación del principio de unidad** de acción en el exterior, **las funciones de** promover, proyectar, dirigir y ejecutar la política exterior del Estado; defender y fomentar los intereses españoles en el exterior y

- 28 Ruiz Seisdedos, Susana: La política..., 2007, S.
- 74 La Administración Exterior Española..., 2011, S.

● 6% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

113

## Textstelle (Prüfdokument) S. 201

organismos y entidades de la Administración General del Estado, en acciones de diplomacia económica y en la elaboración de planes de acción que ayuden a la mejor gestión y proyección de la imagen económica de España en el exterior, sin perjuicio de las competencias de otros Departamentos ministeriales y entidades de la Administración General del Estado (en adelante, AGE). La Subdirección General de Diplomacia Económica depende orgánicamente de la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales cuyas funciones van desde la "propuesta y ejecución de la política exterior de España en el ámbito de las relaciones económicas internacionales de índole bilateral, sin perjuicio de otros Departamentos en la materia; la propuesta y ejecución de la política exterior de España en el ámbito de las relaciones económicas multilaterales; la representación institucional de España ante los sistemas de integración y otros organismos, incluida la OCDE, y en los convenios multilaterales correspondientes y la coordinación de la representación de España ante los comités y órganos especiales de estos convenios y organismos, sin perjuicio de las competencias de otros Departamentos en la materia; y la preparación, informe, tramitación y propuesta



20% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

## Textstelle (Originalquellen)

En el supuesto de aparición de problemas durante la realización del trabajo de campo o en cualquier otra fase de la evaluación, éstos Esto es: l) Evaluar, sin perjuicio de las competencias de otros Departamentos ministeriales, las políticas, instrumentos, intervenciones, programas y proyectos de cooperación internacional, lo que conlleva la programación de las evaluaciones estratégicas a realizar, la coordinación y

de? RENFE-Operadora, una vez que se encuentren adecuadamente delimitados. d) Contrato-Programa 2006-2010. El Consejo de Ministros de 29 de diciembre de 2006 aprobó el Contrato-Programa entre la Administración General del Estado (en adelante AGE) y la Entidad Pública Empresarial RENFE-Operadora, cuyo periodo de vigencia se extendía desde el 1 de enero de 2006 hasta el 31 de diciembre de 2010. Este Contrato-Programa se

autónomas y locales, en la UE. De la SEUE depende directamente la Secretaría General para la Unión Europea<sup>106</sup>, órgano que asiste al Ministro en la formulación y ejecución de la política exterior de España en el ámbito de la Unión Europea, su estructura orgánica incluye dos Direcciones Generales. (véase Esquema 1) La Dirección General de Integración y Coordinación de Asuntos Generales y Económicos de la Unión

diplomacia económica española. Por un lado, ejemplifican el liderazgo de otros ministerios ajenos al ministerio de exteriores, en este caso el de economía y competitividad, en las relaciones económicas internacionales. De otro, su naturaleza multidisciplinar en la definición estratégica de sus acciones: promoción comercial y de inversiones, y el fortalecimiento de las relaciones institucionales de España y los países

autónomas y locales, en la UE. De la SEUE depende directamente la Secretaría General para la Unión Europea<sup>106</sup>, órgano que asiste al Ministro en la formulación y ejecución de la política exterior de España en el ámbito de la Unión Europea, su estructura orgánica incluye dos Direcciones Generales. (véase Esquema 1) La Dirección General de Integración y Coordinación de

- 23 Evaluación intermedia del III Plan ..., 2012, S. 6
- 75 BOE, Núm. 220, Miércoles 12 de sept..., 2012, S. 4
- 76 Negociaciones financieras en la Uni..., 2009, S. 107
- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 11
- 76 Negociaciones financieras en la Uni..., 2009, S. 107

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

114



## Textstelle (Prüfdokument) S. 201

de los asuntos que hayan de ser sometidos a la Comisión Delegada del Gobierno para Asuntos Económicos. También, la negociación y tramitación interna de los acuerdos internacionales, bilaterales y multilaterales, relacionados con los ámbitos de su responsabilidad<sup>11266</sup>. A diferencia de pasadas legislaturas, la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales ha dejado de depender orgánicamente de la Secretaría de Estado de Asuntos Exteriores, pasando a depender directamente del Ministro del MAEC, demostrando la importancia que se le otorga a los temas vinculados con las relaciones económicas internacionales, es decir, a la diplomacia económica. Entre las acciones más innovadoras llevadas a

266 Idem.

## Textstelle (Originalquellen)

Asuntos Generales y Económicos de la Unión

el que las Comisiones Informativas, integradas exclusivamente por miembros de la Corporación, son órganos sin atribuciones resolutorias que tienen por función el estudio, informe o consulta de los asuntos que hayan de ser sometidos a la decisión del Pleno y de la Comisión de Gobierno cuanto ésta actúe con competencias delegadas por el Pleno, salvo cuando hayan de adoptarse acuerdos declarados urgentes. A

- 77 Ayuntamiento de Paterna, 2011, S.

● 0% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

115

ProfNet

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 206

que permitan el crecimiento sostenido, promuevan la inversión exterior, logren en consecuencia la mayor prosperidad nacional y el desarrollo de la actividad empresarial en un entorno seguro y dinámico<sup>274</sup>. Para el Gobierno holandés (2007) la seguridad económica es "el funcionamiento ininterrumpido de los Países Bajos como una economía eficaz"<sup>275</sup>. Udovic (2006) apunta que los diferentes elementos que estructuran la seguridad económica se retroalimentan en un "proceso sin final" (ver Cuadro XX). Así, el entorno macroeconómico afecta al comportamiento de familias, empresas y Estados generando una percepción de la realidad, de mayor o menor confianza, que acaba afectando al entorno macroeconómico en forma de mayor (o menor) consumo,

274 Traducción libre del autor a partir de la definición transcrita por Udovic, B. (2010) del Canadian Security Intelligence Service (CSIS) que puede obtenerse en: [http://www.csis.gc.ca/eng/operates2\\_e.html](http://www.csis.gc.ca/eng/operates2_e.html).

275 Enseñat y Berea (2012): A qué responden las Estrategias de Seguridad Nacional?, pps.1-13.

## Textstelle (Originalquellen)

ella cinco componentes: seguridad territorial ("el funcionamiento ininterrumpido de los Países Bajos como un Estado independiente y más específicamente la integridad territorial del país"), seguridad económica ("el funcionamiento ininterrumpido de los Países Bajos como una economía eficaz y eficiente"), seguridad ecológica ("capacidad de auto-recuperación suficiente del medioambiente en caso de alteración", refiriéndose, por ejemplo, tanto a la gestión de los recursos hídricos como

- 78 Amador F. Enseñat y Berea A QUÉ RES..., 2012, S. #P3#vamos

● 0% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

116

## Textstelle (Prüfdokument) S. 208

Reducidos niveles de exclusión social. - Excelencia del sistema educativo. - Ausencia de -ismos (racismo, xenofobia... ) - Libertad de circulación de personas. Fuente: Elaboración propia a partir de Udovic (2006). Finalmente, para Van Bergeijk, Peter A.G. y Moons, S. (2010), la seguridad económica es " aquella seguridad basada en y/o construida sobre la promoción de las relaciones económicas internacionales (el comercio y la inversión internacional, y la cooperación al desarrollo)"<sup>276</sup> que elevan los costes de inicio de conflictos y mejoran los beneficios generados por la cooperación estable entre países. Basándonos en las definiciones que sobre seguridad económica han sido elaboradas por Udovic (2006) y Van Bergeijk, Peter A.G. y Moons, S. (2010)

276 Idem.

## Textstelle (Originalquellen)

de innovaciones en la diplomacia económica, los PIDM resultan de extremado interés dado que son: 1. Instrumentos de naturaleza multidisciplinar: engloban acciones de naturaleza diversa desde la promoción de las relaciones comerciales y de inversión; el apoyo financiero a las empresas; el fomento a la presencia de responsables institucionales en foros en el país objetivo; la creación de delegaciones

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 3

● 0% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

117

ProfNet

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 209

de un país, tal y como la definió Udovic (2006), tiene entre sus principales objetivos establecer las condiciones necesarias que garanticen su crecimiento económico sostenido, la **diplomacia económica** puede contribuir a tal objetivo articulando estrategias que permitan fortalecer **las relaciones comerciales y de inversión** con los países que lideren el crecimiento en el sistema económico mundial. La actual crisis económica es un buen ejemplo de ello, ya que se observa una tendencia de los Estados más desarrollados a estrechar sus

● **2%** Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

## Textstelle (Originalquellen)

el estudio investiga el PIDM hacia China demostrando la relación positiva que esta novedosa herramienta de la **diplomacia económica** tiene en el impulso y consolidación de **las relaciones comerciales y de inversión** entre España y el gigante asiático. Palabras clave: PIDM, globalización, diplomacia, correlación.

1. LA DIPLOMACIA ECONÓMICA: ELEMENTO CENTRAL DE LA NUEVA DIPLOMACIA La interconexión e interdependencia provocada por

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 1

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

118

**ProfNet**

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 211

la UE y a escala global. - Potenciar la presencia económica internacional de España. - Garantizar la capacidad de los servicios críticos económicos y financieros. Vulnerabilidad energética - Ejes de acción: diversificación de las fuentes de energía y abastecimiento (elevando la contribución de las energías renovables), el ahorro y la eficiencia energética, la liberalización de los mercados y el desarrollo de infraestructuras. - Líneas y redes de abastecimiento: prioridad el control marítimo. Fuente: Instituto Español de Estudios Estratégicos (2012) A la luz del cuadro anterior, a continuación señalaremos diferentes ejemplos de actualidad en

## Textstelle (Originalquellen)

fomentar la utilización de las Energías Renovables así como el Uso Racional de la Energía y la Eficiencia Energética en todo el territorio nacional. El fomento de las Energías Renovables y el Ahorro y la Eficiencia Energética, así como un mayor conocimiento de la realidad energética, contribuirá a propiciar la mejora de la calidad de vida de todos nuestros ciudadanos, del medio ambiente,

- 79 Produce, 2010, S. #P38#Revilla.#A# 38

● 9% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

119

ProfNet

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 212

una responsabilidad de todos", pps. 1-23. Promover la mayor presencia económica internacional de España tiene diferentes implicaciones. La más evidente, la diplomacia económica puede articular estrategias para la presencia de empresas españolas en mercados internacionales. Así, los Planes Integrales de Desarrollo de Mercados (que estudiaremos en el capítulo 8) impulsados por el Gobierno de España tratan de fomentar las exportaciones y la inversión española en las economías emergentes. Una segunda derivada de tal objetivo es promover la presencia de españoles en puestos de responsabilidad económica internacional. En este sentido, España ha contado siempre con escasa presencia en organismos internacionales en comparación con otros

## Textstelle (Originalquellen)

Holanda, Nueva Zelanda, Noruega, Portugal, España, Suecia, Reino <sup>8</sup> Unido, USA). <sup>9</sup> Beatriz Pérez Raposo y Leonel Cerno (2011) "Las relaciones comerciales de España con los <sup>9</sup> Países Objeto de los Planes Integrales de Desarrollo de Mercados (PIDM) 1999-2010, Revista <sup>9</sup> de Economía ICE (marzo-abril 2011). Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. <sup>10</sup> Véase Herce. J. A. (2010): "Internacionalización, empleo y modernización de la economía española". ICEX. <sup>11</sup> Véase el informe

materia de diplomacia económica, han impulsado las autoridades españolas en la última década. Los PIDM nacieron con el objetivo de diversificar las relaciones comerciales y de inversión española en las economías emergentes. Entre las conclusiones obtenidas en la presente investigación, destaca la eficacia de los PIDM en la consecución de los objetivos fijados. Para ello, el estudio

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 1
- 4 Sanchez, Pedro: /Fernández-Vega, Juan Padilla: LA D..., 2012, S. 3031

● 4% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

120

ProfNet

Institut für Internet-Marketing





## Textstelle (Prüfdokument) S. 212

internacionales en comparación con otros países de nuestro entorno (Francia, Alemania, Reino Unido...). Para revertir esta tendencia, el MAEC creó la denominada Unidad de Funcionarios Internacionales<sup>286</sup> (en adelante, UFI) cuya principal finalidad fue, y continua siendo, la elaboración de una base de datos con las ofertas de empleo en organismos internacionales y, también, la de aquellos españoles que quieren acceder a esas u otras plazas en instituciones multilaterales<sup>287</sup>. A pesar de nombramientos relevantes en términos políticos, como el de Rodrigo Rato como Director Gerente

286 La denominada Unidad de Funcionarios Internacionales desarrolla la función de información

287 Noticia [www.elconfidencialdigital.com](http://www.elconfidencialdigital.com), 10/4/2008: "Análisis. El Gobierno está preocupado

## Textstelle (Originalquellen)

de expansión internacional de las franquicias... 459 02 Determinantes:ESIC 135(027-053) 4/9/12 10:22 Página 459 4. Metodología de la investigaciónPara contrastar las hipótesis propuestas se desarrolló un estudio empírico a partir de la elaboración de una base de datos con las 151 franquicias españolas que en 2010 estaban presentes en mercados internacionales según el número 7 de la revista FRQ que edita Tormo & Asociados. Algunos datos tuvieron que ser

- 80 Determinantes de la estrategia de e..., 2012, S. 4

● 6% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

121

ProfNet

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 217

actual MINECO) hasta alcanzar en la actualidad el centenar de Oficinas Económicas y Comerciales (OFECOMES). La actividad del ICEX (datos de 2010) ascendió, en promedio anual, a 10.000 empresas clientes, participando en 450 ferias internacionales, colaborando en la gestión de los 12 Planes Integrales de Desarrollo de Mercados (en adelante, PIDM a los que dedicamos un apartado específico posterior), y realizando más de 500 actividades de promoción que organizó y ejecutó el ICEX con la participación de 2.000 empresas<sup>290</sup>. Según los datos manejados por el ICEX, en 2010, de cada 100 euros invertidos

290 Diario de Sesiones Congreso de los Diputados. Ministro de Industria, Turismo y Comercio,

## Textstelle (Originalquellen)

LA DIPLOMACIA ECONÓMICA. EL CASO DE LOS PLANES INTEGRALES DE DESARROLLO (PIDM) Una de las principales innovaciones desarrolladas en materia de diplomacia económica española son los Planes Integrales de Desarrollo de Mercados (en adelante PIDM). Creados en 2005 por el hoy llamado Ministerio de Economía y Competitividad (MINECO)<sup>6</sup>, los PIDM surgen en el marco de la nueva estrategia de internacionalización lanzada por

- 81 Sanz, Jesús Grazia/Sánchez-Bayón, A..., 2012, S. 3

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

122

● 10% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit



ProfNet

Institut für Internet-Marketing

## Textstelle (Prüfdokument) S. 218

país. Palacio de la Moncloa. Declaración: "Se aprobará la reforma del ICEX para que sea más ágil y flexible y pueda apoyar más la actividad empresarial española en el exterior". 03/2011 Informe Económico del Presidente del Gobierno (2010). Texto: "las empresas españolas se encuentran con limitaciones para profundizar la internacionalización (...). Muchos de los países que han sido pioneros en la internacionalización (...) llevan años facilitando a las empresas servicios de inteligencia económica. A través de ellos, agencias públicas especializadas ofrecen análisis individualizados (...) y consultoría estratégica. En nuestro país, la ayuda pública a la internacionalización también está adoptando de forma creciente herramientas de este tipo (...) En breve se revisará la gestión y financiación del ICEX para que preste su atención a las empresas de forma todavía más ágil e individualizada." 1/04/2011 Consejo de Ministros aprueba la reforma del ICEX. 12/04/2011 Publicación en el BOE del Real Decreto Ley 4/2011, de 8 de abril, de medidas urgentes de impulso a la internacionalización, mediante la creación de la Entidad Pública Empresarial " Instituto Español de Comercio Exterior". Convalidación por el Congreso de los Diputados el 5/5/2011. 6/06/2011 Presentación del nuevo ICEX ante los empresarios. Ministro de Industria, Turismo y Comercio. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del MINECO (antes MITyC) 2011. El objetivo de la reforma

## Textstelle (Originalquellen)

el 53% de los ingresos totales de las empresas del IBEX35, mientras que diez años antes apenas representaban el 23% (Chislett, 2010). Con todo, a pesar de estos progresos, las empresas españolas se encuentran con limitaciones para profundizar la internacionalización, en las que destacan: las dificultades de financiación, especialmente para pymes; la falta de capacidad para realizar un análisis integral que clarifique las oportunidades y riesgos (políticos, de competencia desleal, de fuga o robo de know-how) que

limitaciones, muchos de los países que han sido pioneros en la internacionalización, como Japón, Suecia o Francia entre otros, llevan años facilitando a las empresas, especialmente pymes, servicios de inteligencia económica. A través de ellos, agencias públicas especializadas ofrecen análisis individualizados de la información relevante para operar en mercados extranjeros y consultoría estratégica a las empresas. En nuestro país, la ayuda pública a la internacionalización también está adoptando de forma creciente herramientas de este tipo. Esta sección ha expuesto la diversidad de los procesos de internacionalización que las empresas españolas han experimentado en los últimos años, mostrando que aquellas de mayor tamaño tienen una presencia y resultados parecidos a sus homólogas europeas, mientras que el tejido exportador de tamaño intermedio tiene por delante un

hipotecarias, a los efectos del artículo 38, apartado 2, letra c) del Real Decreto 1309/2005, de 4 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley 35/2003, de 10 de noviembre, de modificación del Real Decreto-ley 4/2011, de 8 de abril, de medidas urgentes de impulso a la internacionalización mediante la creación de la entidad pública empresarial Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) El Real Decreto-ley 4/2011, de 8 de abril, de medidas urgentes de impulso a la internacionalización mediante la creación de la entidad pública empresarial Instituto Español

- 66 Presidencia del Gobierno: Informe E..., 2010, S. 110
- 82 Real Decreto-ley 20/2012, de 13 de ..., 2012, S. #P10#de 10

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

123



6% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

## Textstelle (Prüfdokument) S. 219

Industria, Turismo y Comercio. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del MINECO (antes MITyC) 2011. El objetivo de la reforma estaba pues marcado: el apoyo que permitiera impulsar la **internacionalización de las empresas españolas**<sup>292</sup> principalmente de las **PYMES, en todas las fases de su proceso de internacionalización** que permitiera lograr **una mayor aportación de la demanda externa al crecimiento** del PIB español (ver cuadro 31). Para lograrlo, el ICEX debía hacer frente a los siguientes retos: a) Cambiar la naturaleza jurídica y en consecuencia, su cultura corporativa: en 30 años de existencia, el ICEX no había afrontado un proceso

292 Ministro de Industria, Turismo y Comercio, D. Miguel Sebastián Gascón. Debate de

## Textstelle (Originalquellen)

empresa española y la mejora de su competitividad; 2. En particular,<sup>15</sup> el ICEX impulsará la **internacionalización de las empresas españolas**, en especial de las pequeñas y <sup>15</sup> medianas empresas (**PYMES**), **en todas las fases de su proceso de internacionalización**, a través de la <sup>15</sup> prestación de aquellos servicios, programas, apoyos económicos, instrumentos de información, financiación o asesoría que en cada momento se le requieran; 3. En las actuaciones

se encontraba en una fase muy avanzada del largo ciclo económico alcista, iniciado a mediados de los años noventa, y presentaba señales de una sana corrección, con **una mayor aportación de la demanda externa al crecimiento** unida a un menor protagonismo de la demanda interna. Sin embargo, la acusada crisis financiera internacional ha hecho, igual que en el resto de las economías

- 83 Hacia un Sistema Español de Intelig..., 2012, S. #P27#País,
- 84 El sector exterior en 2008, Núm. 29..., 2009, S.

● 19% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

124

ProfNet

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 219

clara transformación (tanto desde el punto de vista interno: en 1982 la economía española exportaba por valor de 54.000 millones de euros y en 2011 ascendió a 186.000 millones de euros<sup>293</sup> ; como externo: con la aparición de nuevas economías, las llamadas **emergentes, que lideran hoy el crecimiento** del Producto Bruto Mundial). b) Hacer más con menos: en un contexto de austeridad y necesidad de reducción del gasto público<sup>294</sup> , el ICEX, como cualquier otro ente público, exigía ganar en eficiencia **en el** manejo de los

293 Ministerio Industria, Comercio y Turismo (MITyC), Miguel Sebastián (2011): Un nuevo ICEX al Servicio de la competitividad empresarial, pps.1-13.

294 Según los datos del MITyC la reducción del Presupuesto del ICEX fue, en 2009, del 3,06% de tasa de variación interanual; en 2010, del -17,15% y en 2011, del -8,83%.

## Textstelle (Originalquellen)

las relaciones económicas entre España y China, convirtiéndose en una herramienta eficaz de diplomacia económica al promover la diversificación de las relaciones económicas españolas hacia economías **emergentes que lideran hoy el crecimiento** económico mundial; y dentro de ellos, muy especialmente, China. 6. BIBLIOGRAFÍA Albares, Jose Manuel. "La diplomacia económica y comercial. La mediación de la diplomacia **en el** mercado". Memoria

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 12

● **2%** Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

125

**ProfNet**

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 220

coordinadas. El Consejo Interterritorial de Internacionalización (CU), con el ICEX y el MITyC, es el órgano que coordina y lidera el sistema de apoyo institucional a la internacionalización Fuente: Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (MITyC) 2010. El Real Decreto 4/2011, de 8 de abril, de medidas urgentes de impulso a la internacionalización mediante la creación de la entidad pública empresarial "Instituto Español de Comercio Exterior", puso negro sobre blanco la creación del nuevo ICEX, su transformación de Ente público a Entidad empresarial pública, cuyos principios básicos se enumeran a continuación: - Evolucionar desde un organismo tradicionalmente subvencionador hacia otro prestador de valor añadido a

## Textstelle (Originalquellen)

las actividades de I+D+i. A continuación se enumeran los principales hitos normativos en el campo económico junto con una breve descripción de su contenido. Real Decreto-ley 4/2011, de 8 de abril, de medidas urgentes de impulso a la internacionalización mediante la creación de la entidad pública empresarial "Instituto Español de Comercio Exterior" (ICEX) Boletín Oficial de Estado (B.O.E.) de 12 de abril de 2011. Su convalidación por el Congreso de Diputados se produjo mediante resolución de fecha 5 de mayo de 2011,

- 85 Principales hitos normativos del se..., 2011, S. 157

● 26% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

126

ProfNet

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 222

del tejido empresarial español. En el marco de la reestructuración del sector público español impulsada por el Gobierno, en marzo de 2012, se procedió a la extinción de la conocida sociedad pública Invest in Spain (IiS) y su cesión global de activo y pasivo a favor del Instituto de Comercio Exterior (ICEX)<sup>299</sup>. 8.2. El Plan de Internacionalización de la Tecnología: España, Technology for Life. El Plan de Internacionalización de la Tecnología fue impulsado en 2005 por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (MITYC) a través del Instituto Español de Comercio

299 Anexo IV, Orden HAP/583/2012, de 20 de marzo, por el que se publica el Acuerdo del

## Textstelle (Originalquellen)

las Administraciones Públicas, se procederá a la extinción de la Sociedad Estatal para la Promoción y Atracción de las Inversiones Exteriores, S.A.U. ( Invest in Spain IiS ), mediante la cesión global de activo y pasivo a favor del Instituto de Comercio Exterior (ICEX) de acuerdo con lo dispuesto en los artículos 81.2 y 89.2 de la Ley 3/2009, de 3 de abril, de modificaciones estructurales de sociedades mercantiles. ANEXO V Ministerio de Defensa Fusión

- 86 BOE, Núm. 72, Sábado 24 de marzo de..., 2012, S. 93

● 8% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

127

ProfNet

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 223

**internacionalización de** las actividades tecnológicas: Plan Avanza (Red.es), el Centro para el desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI), Universidades, CC. AA y asociaciones empresariales. El propósito del Plan se dirigió a respaldar **los sectores y empresas con alto contenido tecnológico**, y reforzar **la imagen del made in Spain en estos ámbitos**. El respaldo a la internacionalización de los sectores tecnológicos englobó tanto las exportaciones como la inversión y otras formas de cooperación empresarial. A tal efecto, el Plan pretendió mejorar la percepción exterior de la imagen de la tecnología

## Textstelle (Originalquellen)

Plan de Apoyo a la **Internacionalización de** la Innovación Industrial Empresarial, que atiende a la intensificación del apoyo a **los sectores y empresas innovadoras y de alto contenido tecnológico**, reforzando **la imagen del made in Spain en estos ámbitos**. Con el Plan de Apoyo a Marcas Españolas (PAME), se respalda a las empresas de todos los sectores que, por diseño, creatividad, calidad o singularidad contribuyan a fortalecer la

- 84 El sector exterior en 2008, Núm. 29..., 2009, S.

● **3%** Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

128

**ProfNet**

Institut für Internet-Marketing





## Textstelle (Prüfdokument) S. 224

especialmente en la aeronáutica, la biotecnología, la tecnología de la salud, los componentes de automoción, y la maquinaria. Fuente: Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (2009). Los mercados objetivos fueron, principalmente, aquellos países considerados objetivo dentro del marco **de los Planes Integrales de Desarrollo de Mercados**: China, Japón, India, Rusia, Turquía, Marruecos, Corea del Sur, Argelia, Brasil, México, Estados Unidos y Países del Golfo Pérsico. También, el Plan recoge acciones en los llamados mercados multilaterales. Las líneas de actuación recogidas en el

## Textstelle (Originalquellen)

Luxemburgo, Holanda, Nueva Zelanda, Noruega, Portugal, España, Suecia, Reino <sup>8</sup> Unido, USA). <sup>9</sup> 9 Beatriz Pérez Raposo y Leonel Cerno (2011) "Las relaciones comerciales de España con los <sup>9</sup> Países Objeto **de los Planes Integrales de Desarrollo de Mercados** (PIDM) 1999-2010, Revista <sup>9</sup> de Economía ICE (marzo-abril 2011). Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. <sup>10</sup> 10 Véase Herce. J.A. (2010): "Internacionalización, empleo y modernización de la economía española". ICEX. <sup>11</sup> 11 Véase el informe

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 1

● 2% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

129

**ProfNet**

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 226

diversas acciones recogidas en el Plan, siendo importante subrayar el que no sólo se están beneficiando del mismo las grandes empresas, sino también PYMES que están capitalizando los efectos de arrastre de los grandes proyectos. 8.3. El Fondo para la Internacionalización de la Empresa (FIEM). El Fondo para la Internacionalización de la Empresa (en adelante, FIEM) será considerado en la presente investigación como una herramienta de diplomacia económica toda vez que su objetivo principal es ayudar a aumentar la presencia de las empresas españolas en el exterior, ya sea, como veremos, fomentando la exportación de bienes y servicios españoles, o la mayor inversión extranjera directa. El FIEM se creó con la entrada en vigor de la Ley 11/2010, de 28 de junio, de Reforma del Sistema de Apoyo Financiero a la Internacionalización. El Real Decreto 1797/2010, de 30 de diciembre, aprobó el Reglamento del FIEM, en vigor desde el 20 de enero de 2011, fecha a partir de la cual este instrumento financiero pasó a estar plenamente operativo. Desde el punto de vista legal, la creación del FIEM obedeció al mandato emanado de la Ley 38/2006, de 7 de diciembre, de Gestión de la Deuda Externa, que instaba

## Textstelle (Originalquellen)

una contabilidad independiente de la del Instituto. En este cometido el Instituto durante el ejercicio 2012, además de los fondos que venía gestionando en años precedentes: el Fondo para la internacionalización de la empresa (FIEM), el Fondo para la promoción del desarrollo (FONPRODE), el Fondo de Cooperación para Agua y Saneamiento (FCAS) y el Contrato de Ajuste Recíproco de Intereses (CARI), ha incorporado la administración de

existentes a las nuevas necesidades detectadas por el mercado privado, incorporando dos medidas: Por una parte, la creación de un nuevo instrumento, el Fondo para la Internacionalización de la Empresa (en adelante, FIEM) y, por otro lado, la adaptación del seguro de crédito a la exportación. El FIEM se concibe como un instrumento que ofrece una respuesta más adaptada al

encuentran la Línea de Apoyo al Establecimiento en el exterior y el Programa de Apoyo a Proyectos de Inversión (PAPI). Asimismo, el ICO financia proyectos que potencien la presencia de las empresas españolas en el exterior y dispone de una línea para la internacionalización de la empresa española. El recientemente creado Fondo para la Internacionalización de la Empresa Española (FIEM), que ha

to r e x t e r i o r e n 20 11 6.1. El Fondo para la Internacionalización de la Empresa (FIEM) 6.1.1. La actividad del FIEM en 2011 El Fondo para la Internacionalización de la Empresa (FIEM) se creó con la entrada en vigor de la Ley 11/2010, de 28 de junio, de Reforma del Sistema de Apoyo Financiero a la Internacionalización. Con fecha 29 de junio se procedió al cierre contable del antiguo instrumento Fondo de Ayuda al Desarrollo (FAD) con el fin de efectuar la transferencia

del resto de países de la UE-15 en el periodo 1980-1999. La relevancia de este análisis adquiere una mayor dimensión desde el nacimiento de la UME, el 1 de enero de 1999, fecha a partir de la cual desaparecen las monedas de los países que la conforman y se adopta el euro como moneda común, por lo que las autoridades económicas españolas no pueden

- 87 ICO: Informe Anual 2012, 2012, S. 26
- 88 BOE: Ley 11/2010, de 28 de junio, d..., 2010, S. 2007
- 89 Cátedra Nebrija Santander: México. ..., 2012, S. 240
- 64 ICE: El sector exterior en 2011, Nú..., 2012, S. 133
- 90 La competitividad de las manufactur..., 2006, S. 2896

● 16% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

130

## Textstelle (Prüfdokument) S. 227

sería el responsable del FONPRODE. En el plano político, la **reforma del FIEM** se inscribió en la Estrategia de Economía Sostenible, puesta en marcha en 2009301, uno de cuyos capítulos se centraba en mejorar la eficiencia **de los instrumentos de apoyo financiero oficial a la internacionalización** hasta entonces existentes, y entre los que encontraba la creación del FIEM. En el plano económico, la reforma del FAD y la consiguiente creación del FIEM obedeció a las **"dificultades de acceso a la financiación en operaciones de internacionalización por parte de las empresas españolas"**<sup>302</sup>, situación que se agudizó con la aguda crisis de deuda que sufre aún España. Junto a ello, la existencia de divergencias **"derivadas del contexto normativo internacional (...)** ya que desde la creación del FAD, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo (OCDE), a través del Comité de Ayuda al Desarrollo (CAD) ha ido imponiendo unas condiciones cada vez más restrictivas a la ayuda ligada (esto es, a la recepción de ayuda por parte del país beneficiario condicionada a la adquisición de bienes y servicios españoles) con el objetivo de reforzar el compromiso de la comunidad de donantes en la lucha contra la pobreza"<sup>303</sup>. En resumen, la especialización del nuevo Fondo trataba de **"mejorar la eficiencia y eficacia en la asignación de recursos públicos y dotar a las empresas españolas de apoyo oficial necesario para competir en igualdad de condiciones con el resto de países de la OCDE"**<sup>304</sup>. Desde su creación los principios que rigen el FIEM son, de un lado, y como único objetivo, el apoyo a la internacionalización de la economía española facilitando la penetración de las empresas españolas en países gracias a otorgar

302 Iranzo, S. (2010): Nuevo apoyo a la empresa. Tribuna publicada en el Diario Cinco Días, 17/03/2010.

● 10% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

## Textstelle (Originalquellen)

Subdirección General de Fomento Financiero a la Internacionalización\* La Ley 11/2010, de 28 de junio, de **reforma del sistema de apoyo financiero a la internacionalización**, ha permitido la adaptación **de los instrumentos de apoyo financiero oficial a la internacionalización** a los nuevos retos y necesidades de las empresas españolas en un marco de mayor competencia en el comercio internacional con la creación de un nuevo instrumento,

cada vez más divergentes. Por qué se ha llegado a esta divergencia? El contexto normativo internacional ha jugado, sin duda, un papel relevante en este sentido, **ya que desde la creación del FAD, la Organización para la Cooperación y el desarrollo Económico (OCDE), a través del Comité de Ayuda al Desarrollo (CAD), ha ido imponiendo unas condiciones cada vez más restrictivas a la ayuda ligada (esto es, a la recepción de ayuda por parte del país beneficiario condicionada a la adquisición de bienes y servicios españoles), con el objetivo de reforzar el compromiso de la comunidad de donantes en la lucha contra la pobreza.** Esto motivó que, en los últimos años de su existencia, el FAD asumiera con especial intensidad un mayor compromiso con la cooperación, cuando paralelamente

en el que se encuentran inmersas la mayoría de las economías en todo el mundo, ha propiciado que los países de Sudamérica aúnen sus esfuerzos **para competir en igualdad de condiciones con el resto de** procesos regionales que se están llevando a cabo en otras zonas del planeta. Este planteamiento quedó plasmado en la I Reunión de Presidentes de América del Sur e

- 2 EL FONDO PARA LA INTERNACIONALIZACI..., 2010, S. #P1#A medida
- 2 EL FONDO PARA LA INTERNACIONALIZACI..., 2010, S. #P2#Comercio.#A# A
- 91 Serie Uni n Europea, 2007, S. 14

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

131

## Textstelle (Prüfdokument) S. 229

renovables, los sectores Kioto, Bienes de Equipo, aquellos de contenido tecnológico, que potencien la cadena de valor, inversiones en transporte, servicios de ingeniería y arquitectura, infraestructuras...concesiones en proyectos internacionales de Participación Público Privado (denominadas, PPP) )308. Como **elemento de competitividad para las empresas españolas "en las licitaciones internacionales, el FIEM ofrece apoyo financiero preferentemente a proyectos adjudicados por licitación pública o internacional"**<sup>309</sup>. El FIEM amplió su radio de actuación a todo el mundo con especial atención a las economías emergentes. Un tratamiento diferenciado reconoció a los denominados países altamente endeudados (Heavily Indebted Poor Countries-HIPC), que sólo podrían ser beneficiarios

309 Idem.

## Textstelle (Originalquellen)

incorporación de la posibilidad de dar préstamos frente a los antiguos créditos FAD internacionalización, permitiendo adaptar el tipo de financiación a las características del proyecto. Aporta un **elemento de competitividad para las empresas españolas en las licitaciones internacionales** Ofrecerá apoyo financiero preferentemente a proyectos adjudicados por licitación pública o internacional, en aras a superar ciertos problemas que se habían identificado en la gestión del extinto FAD Internacionalización, que no optaba preferentemente por este tipo de licitación.

- 92 En esta imagen se pueden ver tres p..., 2010, S. 0

● **5%** Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

132

**ProfNet**

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 230

el mundo con especial atención a las economías emergentes. Un tratamiento diferenciado reconoció a los denominados países altamente endeudados ( Heavily Indebted Poor Countries- HIPC), que sólo podrían ser beneficiarios de operaciones reembolsables cuando así lo autorizara el Consejo de Ministros, previo informe de la Comisión Delegada para Asuntos Económicos a propuesta del MINECO<sup>310</sup>. Entre los posibles beneficiarios el FIEM incorporó a otras Administraciones públicas, Regionales, Provinciales, Locales de otros países, y, la novedad, a las empresas públicas y las empresas privadas extranjeras de países desarrollados y en

310 Comparecencia del Ministro de Industria, Turismo y Comercio, Miguel Sebastian. Diario de Sesiones del Congreso de los Diputados, 15 de Octubre de 2009.

## Textstelle (Originalquellen)

de Ministros para su aprobación. 4. El Comité valorará aquellas operaciones que sean de especial relevancia atendiendo a su importe y/o consideraciones de riesgo y podrá decidir su elevación a Consejo de Ministros, previo informe de la Comisión Delegada del Gobierno para Asuntos Económicos, a propuesta del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. El Ministerio de Industria, Turismo y Comercio remitirá la documentación pertinente que deberá, en

- 88 BOE: Ley 11/2010, de 28 de junio, d..., 2010, S.

● 6% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

133

ProfNet

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 230

entre los potenciales beneficiarios, a los organismos internacionales a los que España aporta contribuciones siempre y cuando tengan un interés comercial para la internacionalización española. Los cuatro grandes canales de financiación establecidos por el FIEM son los siguientes<sup>311</sup> : - Financiación no reembolsable para estudios de viabilidad, asistencias técnicas, ingenierías y consultorías ejecutados por empresas españolas en el extranjero que se acompañen de un importante efecto arrastre potencial exportador posterior. - Financiación reembolsable en condiciones concesionales (esto es, más ventajosas que las condiciones fijadas por el mercado) para operaciones de exportación, suministro, llave en mano ejecutadas por empresas españolas en el extranjero. - Financiación reembolsable en condiciones comerciales para operaciones de exportación, suministro, llave en mano ejecutadas por empresas españolas en el extranjero. - Financiación reembolsable en condiciones comerciales para operaciones de inversión en el extranjero por parte de empresas españolas, tanto corporativa (riesgo balance) como de tipo project finance (riesgo proyecto). El FIEM estableció criterios en favor de la transparencia y la seguridad jurídica<sup>312</sup>. Entre las principales medidas se encontraba la obligación de presentar una Memoria anual a las Cortes Generales y al Consejo Económico y Social de las operaciones, proyectos y actividades autorizadas. El Secretario de Estado de Comercio debería comparecer para dar cuenta en la Comisión de Industria, Turismo y Comercio del Congreso de los Diputados; y las operaciones con cargo a FIEM estarían sujetas a información pública. Con objeto de aproximar la norma a las empresas, el FIEM tenía previsto hacer público anualmente las denominadas "líneas orientativas", esto es, las directrices y prioridades del instrumento y

311 Subdirección General de Fomento Financiero a la Internacionalización Ministerio de Economía y Competitividad (2011): Memoria del FIEM, 2011.

312 Subdirección General de Fomento Financiero a la Internacionalización, Dirección General

● 100% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

## Textstelle (Originalquellen)

cuales se apoya la internacionalización de la empresa española, de hasta cuatro grandes canales de financiación, incorporando importantes novedades en relación al extinto instrumento FAD: Financiación no reembolsable para estudios de viabilidad, asistencias técnicas, ingenierías y consultorías ejecutados por empresas españolas en el extranjero que se acompañen de un importante efecto arrastre potencial exportador posterior. Financiación reembolsable en condiciones concesionales para operaciones de exportación, suministro, llave en mano ejecutadas por empresas españolas en el extranjero. Financiación reembolsable en condiciones comerciales para operaciones de exportación, suministro, llave en mano ejecutadas por empresas españolas en el extranjero. Financiación reembolsable en condiciones comerciales para operaciones de inversión en el extranjero por parte de empresas españolas, tanto corporativa (riesgo balance) como de tipo project finance (riesgo proyecto). El análisis de actividad del FIEM en 2011 que se expone a continuación debe ser valorado desde el prisma de que 2011 ha sido el primer año de funcionamiento

COMERCIO DIRECCION GENERAL DE COMERCIO E INVERSIONES Ley 11/2010 de 28 de junio de Reforma del Sistema de Apoyo Financiero a la Internacionalización - Artículo 9. Control parlamentario-.<sup>1</sup>. El Gobierno remitirá una Memoria anual a las Cortes Generales y al Consejo Económico y Social de las operaciones, proyectos y actividades autorizadas con cargo al Fondo de Internacionalización de la Empresa, de sus objetivos y beneficiarios de la financiación, condiciones financieras y evaluaciones, así como información sobre el desarrollo

Valencia En su reunión de 17 de noviembre de 2010, la Secretaria General informó al Pleno del CSN sobre la aprobación de una proposición no de ley en la Comisión de Industria, Turismo y Comercio del Congreso de los Diputados instando al Consejo a revisar el acuerdo de encomienda con la Generalitat de Valencia, para actualizar sus condiciones. El Pleno acordó que se iniciasen los trámites

- 64 ICE: El sector exterior en 2011, Nú..., 2012, S. 133
- 93 Ministerio de Economía y Competitivi..., 2012, S. 3
- 94 alfa, 2011, S.

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

134

## Textstelle (Prüfdokument) S. 231

anterior. La gestión del FIEM corresponde al **Ministerio de** Economía y Competitividad (MINECO) a través de la Secretaría de Estado de Comercio Exterior, y el denominado Comité FIEM (compuesto por representantes del MINECO, el **Ministerio de** Hacienda, el **MAEC, ICO, CESCE, COFIDES y la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID)**). Entre las funciones del Comité se encuentran **el examen** y la **elevación a aprobación** de la Secretaría de Estado de Comercio Exterior (o el Consejo de Ministros) las propuestas de financiación que se presenten con cargo al FIEM. El Instituto de Crédito Oficial (ICO) actuará como agente financiero del Estado formalizando los convenios de crédito, préstamo o

## Textstelle (Originalquellen)

en el mismo tienen representación, además del **Ministerio de** Industria, Turismo y Comercio, el Ministerio de Economía y Hacienda (MEH), el Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación (**MAEC, ICO, CESCE, COFIDES y la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID)**). Su función principal es **el examen** y, en su caso, **elevación a aprobación** por el secretario de Estado de Comercio Exterior o del Consejo de Ministros, según corresponda,

- 2 EL FONDO PARA LA INTERNACIONALIZACI..., 2010, S. #P12#da

● **21%** Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

135

**ProfNet**

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 231

el Consejo de Ministros) las propuestas de financiación que se presenten con cargo al FIEM. El Instituto de Crédito Oficial (ICO) actuará como agente financiero del Estado formalizando los convenios de crédito, préstamo o donación; y presta los servicios de instrumentación técnica, contabilidad, caja, agente pagador y controlador. El FIEM se planteó velar porque las actuaciones cumplieran los criterios de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) a través de la aplicación de normas y principios de sostenibilidad y responsabilidad medioambiental acordados internacionalmente. La Ley que creó el FIEM modificó también el régimen de seguro de crédito a la exportación con apoyo oficial, adaptándolo a lo estipulado en la Disposición Transitoria Tercera de la Ley de Gestión de la Deuda Externa. Con ello, se trataba de conseguir "adaptar este otro instrumento a las demandas del mercado, en línea también con las reformas realizadas por otros países de nuestro entorno, minimizando su impacto en la generación de deuda externa"<sup>313</sup>. Los recursos del FIEM procederán, por un lado, de la asignación reconocida en la Ley de los Presupuestos Generales del Estado (LGPE), y de otro, de los recursos procedentes de la devolución de financiación reembolsable. El LGPE reconocerá un importe máximo de operaciones que podrán ser autorizadas. Así, "la dotación presupuestaria,

## Textstelle (Originalquellen)

El Instituto de Crédito Oficial formalizará, en nombre y representación del Gobierno español y por cuenta del Estado, los correspondientes convenios de crédito, préstamo o donación. Igualmente, prestará los servicios de instrumentación técnica, contabilidad, caja, agente pagador, control y, en general, todos los de carácter financiero relativos a las operaciones autorizadas con cargo al FIEM, sin perjuicio de las competencias que en materia de

de Cooperación Internacional. Por otra parte, las actuaciones en el marco del FIEM velarán muy especialmente por el cumplimiento de criterios de responsabilidad social corporativa, a través de la aplicación de normas y principios de sostenibilidad y responsabilidad medioambiental acordados internacionalmente, así como por la prevalencia de los enfoques, recomendaciones y acuerdos internacionales para la erradicación de prácticas corruptas potencialmente asociadas a los proyectos susceptibles de financiación. Finalmente,

podrá superar el 15% del importe total de los bienes y servicios exportados (españoles y extranjeros), aunque excepcionalmente podría llegar al 30% sujeto a la aprobación del Ministerio. Principales modalidades de seguro de crédito a la exportación con apoyo oficial (CESCE) La Póliza 100 Un producto fácil y simple para empresas exportadoras españolas que mantengan un flujo regular de ventas en el exterior, o que estén considerando iniciar

la Autoridad Portuaria de las tasas de utilización reguladas en esta ley. 2. Se respetará la opción realizada por los concesionarios de conformidad con lo previsto en la disposición transitoria tercera de la Ley 48/2003, de 26 de noviembre, sin perjuicio de la aplicación de las nuevas cuotas previstas en esta ley. Además en el supuesto de que se hubiese optado por

decisión sobre este instrumento a expensas de la secretaría de Estado de comercio. Esas alianzas parlamentarias también fueron decisivas para la aprobación de la ley de gestión de la deuda externa, que se menciona más adelante. Ese ciclo de reformas, aunque distaba de haberse concluido al término de la legislatura, significó importantes cambios en la cooperación

- 88 BOE: Ley 11/2010, de 28 de junio, d..., 2010, S.
- 88 BOE: Ley 11/2010, de 28 de junio, d..., 2010, S. 2007
- 21 Estrategias y Plan de Internacional..., 2011, S.
- 95 Disposición n 16467 del BOE n m. 253 ..., 2011, S. 7
- 96 Sanahuja, José Antonio: Iberoamérica..., 2010, S. 202

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

136

● 37% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit



## Textstelle (Prüfdokument) S. 232

según el artículo 55 de la Ley 39/2010, de 22 de diciembre de los PGE 2011, fue de 316 millones de euros; y se especificaba autorizar operaciones por un importe de hasta 500 millones de euros a lo largo de 2011<sup>314</sup>. Pese a que desde el punto de vista legal, la aprobación del FIEM se produjo en 2010, 2011 ha sido el primer año de funcionamiento del Fondo financiero. En el presente apartado abordaremos un breve balance de su

313 Comparecencia del Ministro de Industria, Turismo y Comercio, Miguel Sebastian. Diario de

314 García de Quevedo Ruíz (2011): La internacionalización de la empresa española y los

## Textstelle (Originalquellen)

el País Vasco, Cataluña y Canarias. 1  
httpwwwboesboedias20110330pdfsBOEA20115708pdf 2  
httpwwwciriecsCIRIECGrandesCifrasEconomiaSocialpdf 3  
httpwwwboesboedias20071214pdfsA5133151339pdf 4  
httpwwwboesbuscardocphpidBOEA19829983 5  
httpwwwboesboedias19990717pdfsA2702727062pdf 6  
httpwwwboesbuscaractphpidBOEA201010544 7  
httpwwwboesbuscaractphpidBOEA201010544 8  
httpwwwboesboedias20020326pdfsA1198111991pdf 9  
httpwwwboesboedias20021227pdfsA4550445515pdf Fundación: Según el artículo 2.1 de la LEY 50/2002, de 26 de diciembre, de Fundaciones[9], "son fundaciones las organizaciones constituidas sin fin de lucro que, por voluntad de sus creadores, tienen afectado de modo duradero su patrimonio a la realización  
dejar pasar. 4.1. ESTRATEGIA PIDM: CHINA Desde 2005, se han puesto en marcha dos PIDM hacia el gigante asiático: (i) PIDM 2005-2007 y (ii) PIDM China +: 2008-2010. La dotación presupuestaria del primero fue de 500 millones de euros, y la del segundo ascendió a 748,19 millones de euros. La cantidad destinada a los PIDM China representa cerca del 20% del total presupuestado al conjunto de los PIDM. Los  
Ayuda al Desarrollo para la Internacionalización": 300 millones de euros. Asimismo, el Consejo de Ministros podrá aprobar operaciones con cargo al Fondo de Ayuda al Desarrollo por un importe de hasta 2.530,1 millones de euros a lo largo del año 2008, es decir, 1.025 millones de euros más que en el año 2007, lo que supone un incremento del 68 por 100. Este importe se distribuye entre departamentos

- 97 Mapa de las inversiones de impacto ..., 2012, S. 28
- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 6
- 84 El sector exterior en 2008, Núm. 29..., 2009, S. 100

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

137



0%

Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

## Textstelle (Prüfdokument) S. 233

el continente africano ha concentrado 45 millones de euros (más del 50% del total de fondos del FIEM aprobados en 2011); seguido de Asia, con 27 millones de euros (en torno al 30% del total); e Iberoamérica, Europa y la referencia multipaís (operaciones de Aid for Trade, encomiendas de gestión y otros gastos de funcionamiento del FIEM) el resto, esto es, en torno al 31% (ver Cuadro 38). CUADRO 36. Distribución por Áreas Geográficas de las Operaciones (FIEM) ÁREA GEOGRÁFICA IMPORTE EUROS EN 2011 PORCENTAJE 2011 IMPORTE EUROS EN 2010 PORCENTAJE 2010

ÁREA GEOGRÁFICA	IMPORTE EUROS EN 2011	IMPORTE EUROS EN 2010	PORCENTAJE 2011	PORCENTAJE 2010
ÁFRICA	45.296.743,18	50,41 %	39.215.539,01	34,23 %
ASIA	27.135.149,41	30,20 %	7.349.158,79	6,42 %
EUROPA	278.732,00	0,31 %	32.231.763,00	28,13 %
AMÉRICA	2.522.630,00	2,81 %	35.773.796,92	31,22 %
MULTIPAÍS	14.616.466,18	16,23 %	n.d.	n.d.
TOTAL ÁREAS	89.849.720,77	100,0 %	114.570.257,72	100,0 %

Fuente: Subdirección General de Fomento Financiero a la Internacionalización. Los sectores beneficiados de fondos con cargo al FIEM en 2011 han sido, en primer lugar, las energías renovables, con casi 30 millones de euros en financiación reembolsable FIEM; el sector de la ingeniería aeronáutica (25 millones de euros) con recursos canalizados en exclusiva a una operación en China; y los sectores del agua y las infraestructuras marítimas (8 y 5 millones de euros, respectivamente) para financiar proyectos en Ghana y Cabo Verde. Por lo que respecta a la financiación no reembolsable para estudios de viabilidad (en adelante, FEV) durante el año 2011 se respaldaron 11 estudios de viabilidad, 6 asistencias técnicas y 1 ingeniería por un importe total ligeramente superior a los 7 millones de euros. La distribución geográfica y sectorial de los FEV puede verse en los siguientes Cuadros 39 y 40316: Cuadro 37. Distribución geográfica FEV (FIEM). Fuente: Subdirección General de Fomento Financiero a la Internacionalización, 2011. Memoria de FIEM, 2011. Subdirección General

● 41% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

## Textstelle (Originalquellen)

llaves en mano o inversiones. En Europa se aprobó la financiación FIEM de menor cuantía en 2011, relativo a dos asistencias técnicas. La referencia multipaís hace referencia a las operaciones de Aid for Trade, encomiendas de gestión y otros gastos de funcionamiento del instrumento. El Gráfico 6.1 muestra la distribución del FIEM por áreas geográficas. En el Gráfico 6.2 se representa la distribución por países de las operaciones aprobadas por parte del Acuerdo todos los miembros de la UE-27 y Canadá, <sup>7</sup> Hong Kong, Islandia, Israel, Japón, Corea, Liechtenstein, Aruba <sup>7</sup> (Holanda), Noruega, Singapur, Suiza, Taipei Chino y EEUU. <sup>2011</sup> 2011 <sup>2011</sup> Importe <sup>2011</sup> euros <sup>2011</sup> en 2010 <sup>2011</sup> Porcentaje <sup>2010</sup> 2010 <sup>2010</sup> África ..... 45.296.743,18 50,41 39.215.539,01 34,23 <sup>2010</sup> Asia ..... 27.135.149,41 30,20 7.349.158,79 6,42 <sup>2010</sup> Europa..... .... 278.732,00 0,31 32.231.763,00 28,13 <sup>2010</sup> América ..... 2.522.630,00 2,81 35.773.796,92 31,22 <sup>2010</sup> Multipaís ..... 14.616.466,18 16,23 n.d. n.d. <sup>2010</sup> TOTAL ÁREAS ... 89.849.720,77 100,00 114.570.257,72 100,00 <sup>2010</sup> n.d.: no disponible. <sup>2010</sup> Fuente: Subdirección General de Fomento Financiero a la Internacionalización. <sup>30</sup> 30 millones de euros en financiación reembolsable <sup>30</sup> FIEM, canalizándose a través de las operaciones en <sup>30</sup> Kenia. <sup>30</sup> El importante. Los recursos se han canalizado a una única operación en China. <sup>30</sup> Finalmente, los sectores de aguas y de infraestructuras marítimas han supuesto casi 8 y 5 millones <sup>30</sup> de euros, respectivamente, para financiar proyectos en Ghana y Cabo Verde. <sup>30</sup> BOLETÍN ECONÓMICO DE ICE N 3030 <sup>30</sup> DEL 1 AL 15 DE SEPTIEMBRE DE 2012 135 <sup>30</sup> El <sup>30</sup> s <sup>30</sup> ec <sup>30</sup> to <sup>30</sup> r e <sup>30</sup> x <sup>30</sup> te <sup>30</sup> rio <sup>30</sup> r e <sup>30</sup> n <sup>30</sup> 20 <sup>30</sup> 11 <sup>30</sup> CAPÍTULO 6. POLÍTICA DE APOYO FINANCIERO Y DE PROMOCIÓN COMERCIAL <sup>30</sup> África <sup>30</sup> Asia <sup>30</sup> Europa <sup>30</sup>

DE MINISTROS DURANTE 2011 <sup>30</sup> Fuente: Subdirección General de Fomento Financiero a la Internacionalización. <sup>11</sup> 11 <sup>11</sup> El sector exterior en 2011 <sup>11</sup> Aguas <sup>11</sup> Energía-medio ambiente <sup>11</sup> Infraestructuras <sup>11</sup> Ingeniería aeronáutica <sup>11</sup> GRÁFICO 6.3 <sup>11</sup> DISTRIBUCIÓN SECTORIAL FIEM 2011 <sup>11</sup> Fuente: Subdirección General de Fomento Financiero a la Internacionalización. <sup>11</sup> CUADRO 6.2 <sup>11</sup> CONDICIONES FINANCIERAS APROBADAS POR EL CONSEJO <sup>11</sup> DE

- 64 ICE: El sector exterior en 2011, Nú..., 2012, S. 45
- 64 ICE: El sector exterior en 2011, Nú..., 2012, S. 91

PlagiatService  
Prüfbericht  
831713  
14.12.2018  
138

## Textstelle (Prüfdokument) S. 234

de Fomento Financiero a la Internacionalización Ministerio de Economía y Competitividad. Cuadro 38. Distribución Sectorial FEV (FIEM). 2011. Fuente: Subdirección General de Fomento Financiero a la Internacionalización 8.4. Los Planes Integrales de Desarrollo de Mercados (PIDM). 8.4.1. Introducción. Una de las principales innovaciones desarrolladas en materia de diplomacia económica son los Planes Integrales de Desarrollo de Mercados (en adelante PIDM). Creados en 2005,

## Textstelle (Originalquellen)

MINISTROS CON CARGO AL FIEM <sup>11</sup> Condiciones <sup>11</sup> financieras medias <sup>11</sup> Año <sup>11</sup> 2011 <sup>11</sup> Año <sup>11</sup> 2010 <sup>11</sup> Año <sup>11</sup> 2009 <sup>11</sup> Año <sup>11</sup> 2008 <sup>11</sup> Tipo de interés (%) ...  
..... 0,46 0,62 0,47 1,13 <sup>11</sup> Plazo de

DE MINISTROS DURANTE 2011 <sup>30</sup> Fuente: Subdirección General de Fomento Financiero a la Internacionalización. <sup>11</sup> 11 <sup>11</sup> El sector exterior en 2011 <sup>11</sup> Aguas <sup>11</sup> Energía-medio ambiente <sup>11</sup> Infraestructuras <sup>11</sup> Ingeniería aeronáutica <sup>11</sup> GRÁFICO 6.3 <sup>11</sup> DISTRIBUCIÓN SECTORIAL FIEM 2011 <sup>11</sup> Fuente: Subdirección General de Fomento Financiero a la Internacionalización. <sup>11</sup> CUADRO 6.2 <sup>11</sup> CONDICIONES FINANCIERAS APROBADAS POR EL CONSEJO <sup>11</sup> DE MINISTROS CON CARGO AL FIEM <sup>11</sup> Condiciones <sup>11</sup> financieras medias <sup>11</sup> Año <sup>11</sup> 2011 <sup>11</sup> Año <sup>11</sup> 2010 <sup>11</sup> Año <sup>11</sup> 2009 <sup>11</sup> Año <sup>11</sup> 2008 <sup>11</sup> Tipo de interés (%) ...  
..... 0,46 0,62 0,47 1,13 <sup>11</sup> Plazo de

Holanda, Nueva Zelanda, Noruega, Portugal, España, Suecia, Reino <sup>8</sup> Unido, USA). <sup>9</sup> 9 Beatriz Pérez Raposo y Leonel Cerno (2011) "Las relaciones comerciales de España con los <sup>9</sup> Países Objeto de los Planes Integrales de Desarrollo de Mercados (PIDM) 1999-2010, Revista <sup>9</sup> de Economía ICE (marzo-abril 2011). Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. <sup>10</sup> 10 Véase Herce. J. A. (2010): "Internacionalización, empleo y modernización de la economía española". ICEX. <sup>11</sup> 11 Véase el informe de

instrumentos de la diplomacia económica. El caso de los planes integrales de desarrollo Una de las principales innovaciones desarrolladas en materia de diplomacia económica española son los Planes Integrales de Desarrollo de Mercados2 (en adelante, PIDM). Creados en 2005, los PIDM surgen en el marco de la nueva estrategia de internacionalización, entre cuyos principales retos se incluía la necesidad de elevar la contribución de

en materia de diplomacia económica española son los Planes Integrales de

- 64 ICE: El sector exterior en 2011, Nú..., 2012, S. 91
- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 1
- 4 Sanchez, Pedro: /Fernández-Vega, Juan Padilla: LA D..., 2012, S.

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

139

● 15% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

## Textstelle (Prüfdokument) S. 235

los PIDM surgen en el marco de la nueva estrategia de internacionalización lanzada por el Gobierno de España, con el propósito de lograr los siguientes retos<sup>317</sup>: 1. Aprovechar las oportunidades que ofrecía el nuevo escenario económico internacional caracterizado por la aparición y la consolidación de las economías emergentes<sup>318</sup>. 317 Comparecencia Ministro de Industria. Diario de Sesiones del Congreso de los Diputados, 6 de abril de 2005. 318 Según el Fondo Monetario Internacional (FMI) los países emergentes son: Asia (China, Hong Kong, India, Indonesia, Corea, Malasia, Filipinas, Singapur, Tailandia); América Latina (Brasil, Chile, Colombia, México, Perú); Otros (República Checa, Egipto, Hungría, Israel, Marruecos, Polonia, Rusia, Arabia Saudí, África Sur, Turquía). Economías avanzadas (Australia, Austria, Bélgica, Canadá, Dinamarca, Finlandia, Francia, Alemania, Grecia, Islandia, Italia, Japón, Luxemburgo, Holanda, Nueva Zelanda, Noruega, Portugal, España, Suecia, Reino Unido, USA). 2. Diversificar geográficamente las relaciones comerciales y de inversión de la economía española (en torno al 70% de las exportaciones e inversiones se dirigen, en 2005, hacia los países de una Unión Europea ampliada, cuya nueva configuración definiría un nuevo mapa comercial europeo). 3. Mejorar la contribución de la demanda externa al crecimiento económico español<sup>319</sup>, reducir el déficit comercial crónico e impulsar la internacionalización como motor de creación de empleo<sup>320</sup>. La literatura económica es amplia y variada respecto a la participación y el grado de éxito del sector público en la estrategia de internacionalización de los países<sup>321</sup>. Con todo, la estrategia a definir por el sector público debe aspirar a

319 Beatriz Pérez Raposo y Leonel Cerno (2011): Las relaciones comerciales de España con los

320 Véase Herce. J.A. (2010): Internacionalización, empleo y modernización de la economía española, pps.1-125.

321 García Rebollar, A. (2010): Notas sobre Diplomacia Económica, pps. 1-15.

## Textstelle (Originalquellen)

Desarrollo de Mercados (en adelante PIDM). Bporel hoy llamado Ministerio de Economía y Competitividad (MINECO)<sup>6</sup>, los PIDM surgen en el marco de la nueva estrategia de internacionalización lanzada por el Gobierno de España, con el propósito de lograr los siguientes retos<sup>7</sup>: 1. Aprovechar las oportunidades que ofrece el nuevo escenario económico internacional caracterizado por la aparición y la consolidación de las economías emergentes<sup>8</sup>. 2. Diversificar geográficamente las relaciones comerciales y de inversión de la economía española -en torno al 70% de las exportaciones e inversiones se dirigen hacia los países de una

En el momento de la creación de los PIDM, el Ministerio encargado era el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (MITYC)<sup>7</sup> Véase comparecencia Ministro de Industria. Congreso de los Diputados, 6 de abril de 2005. <sup>8</sup> Según el Fondo Monetario Internacional (FMI) los países emergentes son: Asia (China, Hong Kong, India, Indonesia, Corea, Malasia, Filipinas, Singapur, Tailandia); América Latina <sup>8</sup> (Brasil, Chile, Colombia, México, Perú); Otros (República Checa, Egipto, Hungría, Israel, <sup>8</sup> Marruecos, Polonia, Rusia, Arabia Saudí, África Sur, Turquía). Economías avanzadas (Australia, <sup>8</sup> Austria, Bélgica, Canadá, Dinamarca, Finlandia, Francia, Alemania, Grecia, Islandia, Italia, <sup>8</sup> Japón, Luxemburgo, Holanda, Nueva Zelanda, Noruega, Portugal, España, Suecia, Reino <sup>8</sup> Unido, USA). <sup>9</sup> Beatriz Pérez Raposo y Leonel Cerno (2011) "Las relaciones comerciales de España con los <sup>9</sup> Países Objeto de los Planes Integrales de Desarrollo de Mercados (PIDM) 1999-2010, Revista <sup>9</sup> de Economía ICE (marzo-abril 2011). Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. <sup>10</sup> Véase Herce. J.A. (2010): "Internacionalización, empleo y modernización de la economía española". ICEX. <sup>11</sup> 11

consolidación de las economías emergentes<sup>8</sup>. 2. Diversificar geográficamente las relaciones comerciales y de inversión de la economía española -en torno al 70% de las exportaciones e inversiones se dirigen hacia los países de una Unión Europea ampliada, cuya nueva configuración redefinirá el mapa comercial europeo. 3. Mejorar la contribución de la demanda externa al crecimiento económico español<sup>9</sup>, reducir el déficit comercial crónico e impulsar la internacionalización como motor de creación de empleo<sup>10</sup>. Para la

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 3
- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 1
- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 3

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

140

● 52% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

## Textstelle (Prüfdokument) S. 236

esta nueva herramienta de diplomacia económica. Los PIDM fueron en el momento de su creación, y continúan siendo: 1. Instrumentos de enfoque multidisciplinar al englobar **acciones de naturaleza diversa**: actuaciones de promoción comercial; **apoyo financiero a las empresas**; **presencia de responsables institucionales en foros**; organización de ferias, congresos, **creación de delegaciones empresariales al país objetivo**; impulso a **rondas de negociación político/económicas en las que** estrechar los lazos entre ambos países, etc. 2. Marcos de coordinación que integran las diferentes herramientas de promoción comercial y de inversión de las diferentes administraciones, entidades públicas y privadas<sup>323</sup>. 3. **Fomentan la colaboración público-privada: todos y cada uno de los planes se elaboraron conjuntamente entre la Secretaria de Estado de Comercio (en adelante SEC), dependiente del MINECO<sup>324</sup>, y de las empresas interesadas a través de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE), y a partir del Convenio suscrito entre el MITYC y la CEOE el 21 de diciembre de 2004.** 4. Promueven la mayor presencia de las empresas **españolas en** las economías emergentes: el convenio de colaboración firmado entre el MITYC y la CEOE recogía como objetivos de los PIDM mejorar nuestra presencia en áreas geográficas **emergentes que lideran el crecimiento** económico mundial, impulsar la diversificación geográfica de nuestras exportaciones y afianzar e incrementar el comercio e inversiones españolas en nuevas áreas de oportunidad. 5. Amplían su radio de actuación más allá de la promoción de exportaciones, incluyendo también las

323 Idem.

324 A partir de noviembre de 2011, la denominación del Ministerio encargado de las relaciones

## Textstelle (Originalquellen)

de naturaleza multidisciplinar: engloban **acciones de naturaleza diversa** desde la promoción de las relaciones comerciales y de inversión; el **apoyo financiero a las empresas**; el fomento a la **presencia de responsables institucionales en foros** en el país objetivo; la **creación de delegaciones empresariales al país objetivo**; y el impulso de **rondas de negociación político/económicas en las que** rebajar las barreras que impiden las relaciones económicas entre España y el país objetivo. 2. **Fomentan la colaboración público-privada: todos y cada uno de los planes se elaboraron conjuntamente entre la secretaria de estado de comercio, dependiente del ministerio de economía y competitividad (MINECO) y de las empresas interesadas a través de la confederación española de organizaciones empresariales (CEOE), y a partir del convenio suscrito entre el MINECO y la CEOE el 21 de diciembre de 2004.** 3. Incorporan la promoción de inversores junto al impulso de las exportaciones. Este novedoso enfoque de incluir la promoción de inversiones **españolas en** el exterior en

propiciado que el Estado impulse la creación de instrumentos innovadores de apoyo y promoción de sus intereses económicos en el exterior, en especial hacia las economías **emergentes que lideran el crecimiento** de la economía mundial. Para lograr mejorar las relaciones comerciales y de inversión entre España y las economías emergentes nacieron los PIDM. Entre las conclusiones obtenidas en

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 3
- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 4
- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 1

● 19% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

141

## Textstelle (Prüfdokument) S. 237

impulsar la diversificación geográfica de nuestras exportaciones y afianzar e incrementar el comercio e inversiones españolas en nuevas áreas de oportunidad. 5. Amplían su radio de actuación más allá de la promoción de exportaciones, incluyendo también las inversiones. El novedoso enfoque de incluir la promoción de inversiones españolas en el exterior en los Planes diferencia a los PIDM de herramientas similares de diplomacia económica diseñadas por países de nuestro entorno<sup>325</sup>. 6. Crean un marco estable que permitía potenciar las relaciones económicas y comerciales con los países objetivo: el horizonte de ejecución es plurianual; no pudiendo ser de otra manera dado que los objetivos incluidos en los PIDM si cristalizan lo hacen en el medio plazo. 7. Se establecen mecanismos de evaluación sobre el grado de consecución de los objetivos finales teniendo en cuenta la evolución de los indicadores macroeconómicos, de control presupuestario y de las actividades realizadas. La evaluación de los PIDM es recogida en los Programas Nacionales de Reforma<sup>326</sup> que anualmente el Gobierno de España presenta ante las instituciones comunitarias, en el marco de la cooperación reforzada de las políticas económicas de los Estados Miembros. En el presente Capítulo procederemos a explicar la metodología utilizada por el Estado para la selección de los países objetivos, para después entrar a investigar el grado de eficacia de los mismos a partir del análisis de las relaciones comerciales y de inversión entre España y las economías objeto de PIDM. Posteriormente procederemos a investigar, gracias al uso de un modelo de regresión, la eficacia del PIDM para China, paradigma de las economías emergentes y plan que cuenta con el mayor respaldo presupuestario de todos

325 Subdirección General de Análisis y Estrategia del MITYC (2005): Metodología de la Secretaría de Estado de Turismo y Comercio para la selección de mercados prioritarios, pps.3-15.

326 Ministerio de la Presidencia: Programas Nacionales de Reforma del Reino de España: 2005, 2006, 2007, 2008, 2009 y 2010. www.la-moncloa.es

● 26% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

## Textstelle (Originalquellen)

partir del convenio suscrito entre el MINECO y la CEOE el 21 de diciembre de 2004. 3. Incorporan la promoción de inversores junto al impulso de las exportaciones. Este novedoso enfoque de incluir la promoción de inversiones españolas en el exterior en los Planes diferencia a los PIDM de herramientas similares de diplomacia económica diseñadas por países de nuestro entorno<sup>11</sup>. 4. El horizonte de ejecución es plurianual, lo que crea un marco estable que permite potenciar las relaciones económicas y comerciales con los países objetivo. 5. Se establecen mecanismos de evaluación sobre el grado de consecución de los objetivos finales. La evaluación de los PIDM es recogida en los Programas Nacionales de Reforma<sup>12</sup> que el gobierno de

nuestro entorno<sup>11</sup>. 4. El horizonte de ejecución es plurianual, lo que crea un marco estable que permite potenciar las relaciones económicas y comerciales con los países objetivo. 5. Se establecen mecanismos de evaluación sobre el grado de consecución de los objetivos finales. La evaluación de los PIDM es recogida en los Programas Nacionales de Reforma<sup>12</sup> que el gobierno de España presenta ante las instituciones comunitarias, en el

países del presupuesto: 3/4 partes del mismo se dirigen a los PIDM de Marruecos, China y México. Total de empresas - 7.650 empresas en 2008, 6.778 en 2009 y 8.695 en españolas beneficiadas 201020. Acciones Evaluación - Indicadores Macroeconómicos, de control presupuestario y de actividades realizadas. - Seguimiento en los Planes Naciones de Reforma. Fuente: elaboración propia. 4. EL PLAN INTEGRAL DE DESARROLLO DE MERCADO: CHINA Para el estudio de la

que permite potenciar las relaciones económicas y comerciales con los países objetivo. 5. Se establecen mecanismos de evaluación sobre el grado de consecución de los objetivos finales. La evaluación de los PIDM es recogida en los Programas Nacionales de Reforma<sup>12</sup> que el gobierno de España presenta ante las instituciones comunitarias, en el marco de la cooperación reforzada de las políticas económicas de los estados miembros. Los países objetivos escogidos por el gobierno de España son doce: Argelia y Marruecos en África; en Latinoamérica Brasil y México; en Asia oriental China, India, Japón y

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 4
- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 6
- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 4

PlagiatService  
Prüfbericht  
831713  
14.12.2018  
142

## Textstelle (Prüfdokument) S. 239

## Textstelle (Originalquellen)

desarrollo<sup>327</sup>. A tal fin, la literatura económica ha producido múltiples modelos teóricos de determinación de países objetivo. La metodología desarrollada por la SEC para la selección de las zonas PIDM partió de la elaboración de un "Análisis de Mercados Exteriores con Alto Potencial" que identificó y clasificó a los mercados preferentes en función de una serie de indicadores cuantitativos y cualitativos. Resulta importante subrayar que la intención del MINECO (o MITYC) en la construcción de los indicadores no fue crear un ranking

327 Subdirección General de Análisis y Estrategia del MITYC (2005): Metodología de la Secretaría de Estado de Turismo y Comercio para la selección de mercados prioritarios, pps.3-15.

● 1% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

143



**ProfNet**

Institut für Internet-Marketing

## Textstelle (Prüfdokument) S. 240

adelante, OMC), la situación política y la seguridad jurídica del mismo, la estabilidad de precios y la existencia de acuerdos comerciales firmados entre España y el país **en cuestión**. 2. La **fuerza competidora** recogía los indicadores que permitieran observar **la posición de las exportaciones españolas en el país**, además de otros datos con los que detectar la posible **ventaja competitiva de las exportaciones españolas en ese mercado**<sup>330</sup>. El grupo se compuso de seis indicadores, que a su vez se dividieron en cuatro subgrupos: posición

330 I d em.

## Textstelle (Originalquellen)

del país. Indicadores relativos a las características económicas propias del país **en cuestión** (tamaño del mercado, crecimiento económico, riesgos comerciales y políticos"). **Fuerza competidora**. Indicadores que reflejan **la posición de las exportaciones españolas en el país** así como cualquier otro que indique una **ventaja competitiva de las empresas españolas en ese mercado** (cuota de mercado; penetración de los competidores; dinamismo exportador...).

- 84 El sector exterior en 2008, Núm. 29..., 2009, S.

● 6% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

144

ProfNet

Institut für Internet-Marketing





## Textstelle (Prüfdokument) S. 240

en cuatro subgrupos: posición española en el país, contribución del país a las exportaciones españolas, el dinamismo exportador y otros factores tales como la existencia o no de afinidades culturales. 3. La posición inversora que mide la posición competitiva **de las inversiones de las empresas españolas en el** país y demás ventajas competitivas de España para las inversiones españolas en ese mercado. En este grupo se recogieron seis indicadores, divididos en subgrupos: posición española en el país, contribución del país a las inversiones exteriores españolas,

## Textstelle (Originalquellen)

GUIMARAS ICE enormes apuestas sobre la carta latina: en 1999, en el punto álgido de la oleada de inversiones en América Latina, el 65 por 100 del total **de las inversiones de las empresas españolas en el** extranjero estaba concentrado en esa región. Actualmente, España se ha convertido en el país extranjero que más inversiones directas hace en América Latina, por encima

- 98 La internacionalización de las empr..., 2007, S. 1999

● 6% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

145

ProfNet

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 241

riqueza, de evolución económica, etc. son lo suficientemente elevados como para realizar en él un plan prioritario. A partir de los resultados de estos indicadores se seleccionaron inicialmente 9 mercados prioritarios para España que posteriormente fueron ampliados a 12: Argelia y Marruecos en África; en Latinoamérica Brasil y México; en Asia oriental China, India, Japón y Corea del Sur; en los países del Golfo Arabia Saudí, Kuwait, Bahrein, Qatar, Omán, Emiratos Árabes Unidos y Omán; en Europa Turquía y Rusia y en Norteamérica, Estados Unidos. Cuadro 39. Fechas de la presentación pública de los PIDM Acuerdo MITYC y CEOE Diciembre de 2004 Brasil Febrero de 2005 China Mayo de 2005 Rusia Junio 2005 México Julio de 2005 Estados Unidos Septiembre de 2005 India Noviembre de 2005 Argelia Enero de 2006 Marruecos Febrero de 2006 Japón Marzo de 2006 Corea del Sur Abril de 2007 Turquía Abril de 2007 Países del Golfo Octubre de 2008 Fuente: Elaboración propia a partir datos MITYC. 8.4.3. Evolución de la dotación presupuestaria de los PIDM y la aproximación al número de empresas beneficiadas. Una primera aproximación a los PIDM consiste en ver el respaldo presupuestario con el que han contado los distintos Planes desde

● 25% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

## Textstelle (Originalquellen)

el marco de la cooperación reforzada de las políticas económicas de los estados miembros. Los países objetivos escogidos por el gobierno de España son doce: Argelia y Marruecos en África; en Latinoamérica Brasil y México; en Asia oriental China, India, Japón y Corea del Sur; en los países del Golfo Arabia Saudí, Kuwait, Bahrein, Qatar, Omán, Emiratos Árabes Unidos y Omán; en Europa Turquía y Rusia y en Norteamérica, Estados Unidos. Tabla 1. FECHA DE LA PRESENTACIÓN PÚBLICA DE LOS PIDM Acuerdo MITYC y CEOE Diciembre de 2004 Brasil Febrero de 2005 China Mayo de 2005 Rusia Junio 2005 México Julio de 2005 Estados Unidos Septiembre de 2005 India Noviembre de 2005 Argelia Enero de 2006 Marruecos Febrero de 2006 Japón Marzo de 2006 Corea del Sur Abril de 2007 Turquía Abril de 2007 Países del Golfo Octubre de 2008 Fuente: elaboración propia a partir datos MITYC. 3. ESTRUCTURA DE LOS PIDM Aunque los objetivos varien en función de las características del país objetivo del PIDM y del punto del que parten en el

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 4

PlagiatService  
Prüfbericht  
831713  
14.12.2018  
146

## Textstelle (Prüfdokument) S. 244

Presupuestos por países de los PIDM (2008-2010) 2008 2009 internacionalización como los que trata de impulsar el PIDM, puedan explicar si no en todo sí en parte, la caída y posterior recuperación del número de empresas beneficiadas, en 2010. 8.4.4. La estructura de los PIDM. Aunque los objetivos varíen en función de las características del país objetivo del PIDM y del punto del que parten en el mismo las empresas españolas, los Planes cuentan con una estructura común. Los objetivos generales de los PIDM son: (a) elevar la cuota de mercado española en el país objetivo gracias al fomento de las exportaciones españolas, la detección y el respaldo a sectores estratégicos donde posicionar a las empresas españolas, y contribuir a mejorar la competitividad de las empresas españolas ya implantadas impulsando con ello un "efecto arrastre" principalmente de PYMES; (b) reforzar el marco de cooperación e interlocución estable entre las autoridades y las asociaciones empresariales españolas y la administración del país objetivo en todos sus niveles (local, regional y estatal), con mecanismos de revisión y seguimiento de las acciones emprendidas; (c) concentrar y coordinar esfuerzos financieros, promocionales y de acceso a mercados a través de acciones conjuntas de los diferentes instrumentos del MINECO: ICEX, Secretaría de Estado de Comercio, Dirección General de Comercio e Inversiones, COFIDES y Turespaña. Una vez definidos los objetivos, os PIDM definen varias líneas de actuación: (i) el fomento al comercio y a la inversión, (ii) el apoyo institucional; (iii) el desarrollo de acciones de información y formación; (iv) presupuesto; (v) acciones de evaluación. Cuadro 41. Estructura de los PIDM. Acciones Fomento al comercio Impulso a la inversión Apoyo Institucional Acciones de formación e información Respaldo Presupuestario Total de empresas españolas beneficiadas Acciones Evaluación Conocer características y posibilidades del mercado objetivo. Identificar socios locales potenciales. Conocer las diferentes regulaciones económicas y legales de fabricación y protección al consumidor. Detectar sectores potenciales para las empresas españolas. Identificar y derribar las barreras comerciales. Acciones de promoción e imagen de la marca España. Crear líneas de apoyo a través de las diferentes instituciones: ICO, ICEX, COFIDES. Intensificar las relaciones institucionales con las autoridades del país objetivo. Crear grupos de trabajo entre instituciones de ambos países. Promover la presencia de instituciones y empresas en Ferias y Congresos. Apoyar la celebración de encuentros empresariales de los países.

● 72% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

## Textstelle (Originalquellen)

Marruecos Febrero de 2006 Japón Marzo de 2006 Corea del Sur Abril de 2007 Turquía Abril de 2007 Países del Golfo Octubre de 2008 Fuente: elaboración propia a partir datos MITYC. 3. ESTRUCTURA DE LOS PIDM Aunque los objetivos varíen en función de las características del país objetivo del PIDM y del punto del que parten en el mismo las empresas españolas, los Planes cuentan con una estructura común. Los objetivos generales de los PIDM son: (i) elevar la cuota de mercado española en el país objetivo gracias al fomento de las exportaciones españolas, la detección y el respaldo a sectores estratégicos donde posicionar a las empresas españolas, y contribuir a mejorar la competitividad de las empresas españolas ya implantadas impulsando con ello un "efecto arrastre" principalmente de PYMES; (ii) reforzar el marco de cooperación e interlocución estable entre las autoridades y las asociaciones empresariales españolas y la administración del país objetivo en todos sus niveles (local, regional y estatal), con mecanismos de revisión y seguimiento de las acciones emprendidas; (iii) concentrar y coordinar esfuerzos financieros, promocionales y de acceso a mercados a través de acciones conjuntas de los diferentes instrumentos del MINECO: ICEX, Secretaría de Estado de Comercio, Dirección General de Comercio e Inversiones, COFIDES y Turespaña. Una vez definidos los objetivos, os PIDM definen varias líneas de actuación: (i) el fomento al comercio y a la inversión, (ii) el apoyo institucional; (iii) el desarrollo de acciones de información y formación; (iv) presupuesto; (v) acciones de evaluación. TABLA 2. ESTRUCTURA DE LOS PIDM Acciones Fomento al comercio - Conocer características y posibilidades del mercado objetivo. - Identificar socios locales potenciales. - Conocer las diferentes regulaciones económicas y legales de fabricación y protección al consumidor. - Detectar sectores potenciales para las empresas españolas. - Identificar y derribar las barreras comerciales. - Acciones de promoción e imagen de la marca España. Impulso a la inversión - Crear líneas de apoyo a través de las diferentes instituciones: ICO, ICEX, COFIDES. Apoyo Institucional - Intensificar las relaciones institucionales con las autoridades del país objetivo. - Crear grupos de trabajo entre instituciones de ambos países. - Promover la presencia de instituciones y empresas en Ferias y Congresos. -

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 4
- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 5

PlagiatService  
Prüfbericht  
831713  
14.12.2018  
147

## Textstelle (Prüfdokument) S. 245

Crear becas de formación en empresas y las oficinas comerciales españolas destacadas en los países objetivo. Crear becas para profesionales del país objetivo en España. Aumentar la especialización del personal de las Oficinas Económicas y Comerciales. Total del presupuesto al PIDM: 784 millones (2008), 899 millones (2009), 803 millones (2010). División por países del presupuesto: 3/4 partes del mismo se dirigen a los PIDM de Marruecos, China y México. 7.650 empresas en 2008, 6.778 en 2009 y 8.695 en 2010. Indicadores Macroeconómicos, de control presupuestario y de actividades realizadas. Seguimiento en los Planes Nacionales de Reforma. Fuente: Elaboración propia. 8.4.5. Las relaciones comerciales de España y los países incluidos en los PIDM<sup>334</sup>. 8.4.5.1. Evolución de las exportaciones españolas hacia los países PIDM. Entre los años 2005 y 2010, años de existencia de los PIDM, el flujo de exportaciones españolas hacia los países objetivo de los planes registraron un aumento medio anual del 8,2%, 3,7 puntos superior al crecimiento de las exportaciones españolas mundiales<sup>335</sup>. En 2010, las ventas españolas hacia los países PIDM alcanzaron los 31.429 millones de euros (el 16,9% de las exportaciones totales del año). Con todo, la positiva evolución, en sus años de existencia, de las exportaciones españolas hacia las economías objetivo se ve empañada con la crisis iniciada en 2008. En efecto,

334 Para el presente apartado seguiremos el trabajo realizado por Beatriz Raposo y Leonel Cerno (2011): Las relaciones comerciales de España con los países objeto de los PIDM (1999-2010), pps.33-46.

335 Idem.

● 62% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

## Textstelle (Originalquellen)

Apoyar la celebración de encuentros empresariales de los países. Acciones de formación e información - Crear becas de formación en empresas y las oficinas comerciales españolas destacadas en los países objetivo. - ambos países. - Promover la presencia de instituciones y empresas en Ferias y Congresos. - Apoyar la celebración de encuentros empresariales de los países. Acciones de formación e información - Crear becas de formación en empresas y las oficinas comerciales españolas destacadas en los países objetivo. - Crear becas para profesionales del país objetivo en España. - Aumentar la especialización del personal de las Oficinas Económicas y Comerciales. Respaldo Presupuestario - Total del presupuesto al PIDM: 784 millones (2008), 899 millones (2009), 803 millones (2010). - División por países del presupuesto: 3/4 partes del mismo se dirigen a los PIDM de Marruecos, China y en los países objetivo. - Crear becas para profesionales del país objetivo en España. - Aumentar la especialización del personal de las Oficinas Económicas y Comerciales. Respaldo Presupuestario - Total del presupuesto al PIDM: 784 millones (2008), 899 millones (2009), 803 millones (2010). - División por países del presupuesto: 3/4 partes del mismo se dirigen a los PIDM de Marruecos, China y México. Total de empresas - 7.650 empresas en 2008, 6.778 en 2009 y 8.695 en 2010. Acciones de Evaluación - Indicadores Macroeconómicos, de control presupuestario y de actividades realizadas. - Seguimiento en los Planes Nacionales de Reforma. Fuente: elaboración propia. 4. EL PLAN INTEGRAL DE DESARROLLO DE MERCADO: CHINA Para el estudio de la eficacia de los PIDM, investigaremos el plan desarrollado hacia la economía emergente más pujante, China. Así, el internacionales, articulando estrategias de naturaleza multidisciplinar que permiten avanzar en la promoción comercial y de inversiones del país, así como fortalecer relaciones institucionales de España con los países objetivo de los PIDM. Los resultados arrojados por los modelos elaborados en la presente investigación, prueban que los PIDM realizados hacia China han permitido

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 5
- 81 Sanz, Jesús Grazia/Sánchez-Bayón, A..., 2012, S. 6
- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 6
- 4 Sanchez, Pedro: /Fernández-Vega, Juan Padilla: LA D..., 2012, S.

PlagiatService  
Prüfbericht

831713

14.12.2018

148

## Textstelle (Prüfdokument) S. 255

DDEI 2009 2113 Total 36.711.775,19 12,559,664,55 5.074,667,90 1,631,306,60 2.197,161,71 5,574,877,81 4.126.35L7S 8,630,420 J 5 16,596,560.74 14,043,250,69 5,467.763,50 5.609,466,36 Brasil 19.416.333,93 11,375,253,18 1.531,769,36 -1,669,523,77 65,243,73 619,166,37 1.025,421,56 1,101,615.36 3,066,779.47 634,644,33 1,131.069.71 534,354,63 ARGELIA I57.14S.S7 240,40 119,6 1,16 243.72 2,226,90 125,171.2" 3,962,98 92,616,70 22.736,64 6,425,22 China 2.E04.E21.55 43,126,71 1 5,252, 26 22,569,36 27.ili.i2 7i.155.55 52,031,62 149,469.30 616,935.91 116,615,65 131.751.24 1.263,916,29 OREA DEL sur 146.649.21 209.57 1.1E2. =: 254.: " .360,00 5.1.: " 1e.572.45 757.E 7 15. 37 7. 22 43. 590.75 35.946.75 14.401.25 HDIA 419. 67,73 349,51 2,241,19 74,404,36 3,588,22 2,151.41 822,52 57,597.71 23,471,39 215,306,40 35.473,05 4,471,54 IAPON 124.934,56 -16,067,16 994,41 10,640,06 -1,646,61 75.iSl.2E 36. 203J2 14,506,45 12, 573,05 110,419,63 -130.13E.S1 10,945,82 MÉXICO i2. 09S.92i 82 3.945.951.21 1.E33.515.2E 1.420.325.55 -731.713.07 3.652.324,45 7S 1.306.09 403.671.51 3.S45.641.4S 3.262.345,11 2.131.515.41 1.346.576,41 BARRUECOS 2.367.332,58 16,951,16 11,479,60 141,572,71 1.367,715,70 -121,394.03 -41,033,36 646,101.67 24.55E.41 554,069,66 -153.4E5.E: 15,397,84 ÍUSIA 1.404.009,73 2,453,13 5,657,74 62,411,64 2,048,23 195,367.67 211,694,93 101,166.16 331,876.10 203,611,30 144.414.31 43,183,4C ruRouiA 2. 979.196,23 15.S00.91 29,713,47 36,111,70 2.E57.27 -5,317.35 106,349,29 195,493.76 1,057,622. 27 1,101,707,34 207.269,06 224,546,25 ístados UNIDOS de AMERICA 44.736.646,61 7,153,096,46 1.639,126,04 1, 531,291,11 1.431,222,77 574,557.25 1.930,935,34 5,609,441.61 9,592,762,60 7,672,846,72 4,931.436. 44 1.169,610,43 6 PAÍSES DEL GOLFO 155,966,02 -305i 5 111.27 1,157,75 1.447,20 1,424,02 4. E21.II 11.650,65 4,020,36 31,640,46 44.33S.01 143.441,66 bahrein L326.6S 1,238/46 0,00 0,00 SE, 19 0,00 ARABIA SAUDITA -101,97 1,139.07 75E.12 10,519,91 11.725.57 59,995,46 ra\_os arases unidos 70.640,76 -305,25 61,22 215.51 324,26 254.5E 4.126,09 14.346.39 80,18 10.041,65 34. 951.14 6.511,2: kl 65.073,59 554,45 7,253.42 3. 33 1,945,69 3.33 ,ie:,i: 3-1 il, 1.591,66 1,051,62 395,01 115.84 0.00 0,03 0.00 i. 276.EE 150,05 9S.00 MEE, 15 232,03 -2.143.35 1,551,23 Fuente: MINECO 8.5. **Los Planes Integrales de Desarrollo de Mercados: China. Para el estudio de la eficacia de los PIDM, investigaremos el plan desarrollado hacia la economía emergente más pujante, China. En 2005, año de inicio del PIDM hacia el gigante asiático, la imagen de España en China era débil, por escasamente conocida, y existía un abultado déficit comercial: en 2004, las exportaciones españolas hacia China se situaron**

● 31% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

## Textstelle (Originalquellen)

Holanda, Nueva Zelanda, Noruega, Portugal, España, Suecia, Reino <sup>8</sup> Unido, USA). <sup>9</sup> Beatriz Pérez Raposo y Leonel Cerno (2011) "Las relaciones comerciales de España con los <sup>9</sup> Países Objeto de **los Planes Integrales de Desarrollo de Mercados (PIDM) 1999-2010**, Revista <sup>9</sup> de Economía ICE (marzo-abril 2011). Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. <sup>10</sup> Véase Herce. J. A. (2010): "Internacionalización, empleo y modernización de la economía española". ICEX. <sup>11</sup> Véase el informe

Arabia Saudí, Kuwait, Bahrein, Qatar, Omán, Emiratos Árabes Unidos y Omán; en Europa: Turquía y Rusia y en Norteamérica, Estados Unidos. 3. El plan integral de desarrollo de mercado: **China Para el estudio de la eficacia de los PIDM, investigaremos el plan desarrollado hacia la economía emergente más pujante, China. En 2005, año de inicio del PIDM hacia el gigante asiático**, la imagen de España en China era débil, por escasamente conocida, y existía un abultado déficit comercial: en 2004, las exportaciones españolas hacia China se situaron en 1.155

emergente más pujante, China. Así, el punto de partida de España en 2005 ( fecha de inicio del PIDM hacia el país asiático) hacia China, era deficitaria. **La imagen de España en China era débil, por escasamente conocida, y existía un abultado déficit comercial: en 2004, las exportaciones españolas hacia China se situaron en 1.155 millones de euros mientras que las importaciones chinas a España ascendieron a los 8.491 millones de euros. La tasa de cobertura de nuestras exportaciones se fijó en el <sup>13</sup> ,6%, mientras que los flujos de inversión no superaron los 62 millones de euros. En ese mismo año, el número de empresas españolas con presencia que operaban de forma regular en China no superaba las 20013.**

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 1
- 4 Sanchez, Pedro: /Fernández-Vega, Juan Padilla: LA D..., 2012, S. 4

PlagiatService  
Prüfbericht

831713

14.12.2018

149

## Textstelle (Prüfdokument) S. 255

en 1.155 millones de euros mientras que las importaciones chinas a España ascendieron a los 8.491 millones de euros. La tasa de cobertura de nuestras exportaciones se fijó en el 13,6%, mientras que los flujos de inversión no superaron los 62 millones de euros. En ese mismo año, el número de empresas españolas con presencia que operaban de forma regular en China no superaba las 200 (Plan Integral Desarrollo de Mercado China, 2005). Con todo, el espectacular desarrollo del gigante asiático abría un amplio abanico de oportunidades de negocio -para el comercio y la inversión- que las empresas españolas no podían dejar pasar. 8.5.1. Estrategia de los PIDM hacia China. Entre 2005 y 2010, se pusieron en marcha dos PIDM hacia el gigante asiático: (i) PIDM 2005-2007 y (ii) PIDM China +: 2008-2010. El presupuesto destinado a los PIDM China representa en torno al 20% del total presupuestado al conjunto de los PIDM. Los objetivos de los PIDM a China consistieron en: (i) reforzar la presencia de empresas españolas en el país, (ii) impulsar los sectores considerados prioritarios, especialmente el sector servicios, y (iii) potenciar el turismo chino hacia España. El Plan China + incluye dos nuevos objetivos a los anteriores: reforzar las relaciones institucionales entre ambos países y promover la cooperación en terceros países de la zona. La estrategia hacia China de los PIDM repite el mismo esquema de actuación desarrollado en el resto de países objetivo: diseño y desarrollo de acciones en (i) apoyo al comercio; (ii) la inversión; (iii) respaldo institucional; (iv) información y formación. 8.5.2. Análisis de correlación entre inversiones, exportaciones e importaciones: España con China.

● 42% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

## Textstelle (Originalquellen)

Con todo, el espectacular desarrollo del gigante asiático abría un amplio abanico de oportunidades de negocio -para el comercio y la inversión- que las empresas españolas

los 62 millones de euros. En ese mismo año, el número de empresas españolas con presencia que operaban de forma regular en China no superaba las 200 (Plan Integral Desarrollo de Mercado China, 2005). Con todo, el espectacular desarrollo del gigante asiático abría un amplio abanico de oportunidades de negocio para el comercio y la inversión que las empresas españolas no podían dejar pasar. 3.1. Estrategia PIDM: China Entre 2005 y 2010 se pusieron en marcha dos PIDM hacia el gigante asiático: PIDM 2005-2007 y PIDM China +: 2008-2010. El presupuesto destinado a los PIDM China representó cerca del 20 por 100 del total presupuestado al conjunto de los PIDM. Los objetivos de los PIDM a China consistieron en: reforzar la presencia de empresas españolas en el país, impulsar los sectores considerados prioritarios, especialmente el sector servicios, y potenciar el turismo chino hacia España.

cantidad destinada a los PIDM China representa cerca del 20% del total presupuestado al conjunto de los PIDM. Los objetivos de los PIDM al China se dividen en: (i) reforzar la presencia de empresas españolas en el país, (ii) impulsar los sectores considerados prioritarios, especialmente el sector servicios, (iii) potenciar el turismo chino hacia España. El Plan China + incluye dos nuevos objetivos a los anteriores: reforzar las relaciones institucionales entre ambos países y promover la cooperación en terceros países de la zona. Al igual que el

de empresas españolas en el país, impulsar los sectores considerados prioritarios, especialmente el sector servicios, y potenciar el turismo chino hacia España. El Plan China + incluyó dos nuevos objetivos a los anteriores: reforzar las relaciones institucionales entre ambos países y promover la cooperación en terceros países de la zona. La estrategia hacia China de los PIDM repite el mismo esquema de actuación desarrollado en el resto de países objetivo: diseño y desarrollo de acciones en apoyo al comercio; la inversión; respaldo institucional; información y formación. 3.2. Análisis de correlación

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 6
- 4 Sanchez, Pedro: /Fernández-Vega, Juan Padilla: LA D..., 2012, S. 4
- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 6

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

150

## Textstelle (Prüfdokument) S. 255

Si se estudia la correlación lineal existente entre las exportaciones, las importaciones, la inversión emitida y la recibida se observa la siguiente tabla:

Cuadro 44. Correlaciones Exp Imp Inv RC Inv EM Exp Correlación de Pearson <sup>1</sup> ,962(\*\*) ,617(\*) ,721(\*) Sig. (bilateral) ,000 ,043 ,012 N 11 11 11 11 Imp Correlación de Pearson ,962(\*\*) 1 ,465 ,614(\*) Sig. (bilateral) ,000 ,149 ,044 N 11 11 11 11 Inv\_RC Correlación de Pearson ,617(\*) ,465 Cuadro 45. Gráficos de Secuencia Fuente: Elaboración Propia. Datos MINECO 8.5.3. Modelo de Regresión para las exportaciones. El modelo de regresión que se va a estimar, es un Modelo de Regresión Lineal múltiple que estudiará la relación lineal entre la variable respuesta Exportaciones (Y) y las variables regresoras Importaciones (X1) e Inversión Emitida (X2) a partir de una muestra que sigue el siguiente modelo: Se van a tomar Logaritmos de las variables, para simplificar la explicación del modelo. Es decir, el modelo que vamos a estimar es el siguiente:  $\ln(\text{Exp}) = (30 + p, \ln(\text{Imp}) + p2 \ln(\text{Inv\_Em})$

## Textstelle (Originalquellen)

entre inversiones, exportaciones e importaciones: España con China El estudio de la correlación lineal existente entre las exportaciones, las importaciones, la inversión emitida y la recibida se incluye en la Tabla 1. En dicha Tabla se puede observar que existe correlación positiva muy fuerte entre las exportaciones y las importaciones; así como una correlación

Em) f BOLETÍN ECONÓMICO DE ICE N 3031 DEL 16 AL 30 DE SEPTIEMBRE DE 201228 Co la bo ra ci on es Pedro Sánchez Pérez-Castejón y Juan Padilla Fernández-Vega TABLA 1 CORRELACIONES Exp Imp Inv\_RC Inv\_EM Exp Correlación de Pearson 1 ,962(\*\*) ,617(\*) ,721(\*) Sig. (bilateral) ,000 ,043 ,012 N 11 11 11 11 Imp Correlación de Pearson ,962(\*\*) 1 ,465 ,614(\*) Sig. (bilateral) ,000 ,149 ,044 N 11 11 11 11 Inv\_RC Correlación de Pearson ,617(\*) ,465 1 ,923(\*\*) Sig. (bilateral) ,043 ,149 ,000 N 11 11 11 11 Inv\_EM Correlación de Pearson ,721(\*) ,614(\*) ,923(\*\*) 1 Sig. (bilateral) ,012 ,044 ,000 N 11 11 11 11 \*\* La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral). \* La correlación es significante al nivel 0,05 (bilateral). Fuente: elaboración

que al aumentar las importaciones aumente la inversión recibida. La afirmación realizada se puede corroborar en el Gráfico 1 de secuencia de las series utilizadas anteriormente. Modelo de regresión para las exportaciones El modelo de regresión que se va a estimar es un modelo de regresión lineal múltiple, que estudiará la relación lineal entre la variable respuesta exportaciones (Y) y las variables regresoras importaciones (X,) e inversión emitida (X) a partir de una muestra (Y, X 3 X), que sigue el siguiente modelo:  $\ln(\text{Exp}) = P_0 + P_1 \ln(\text{Imp}) + p_2 \ln(\text{Inv\_Em})$  Se van a tomar logaritmos de las variables, para simplificar la explicación del modelo. Es decir, el modelo que vamos a estimar es el siguiente:  $\ln(\text{Exp}) = P_0 + P_1 \ln(\text{Imp}) + p_2 \ln(\text{Inv\_Em})$

> 15,00 1125 " 7,50 - GRÁFICO 1 GHÁFICOS DE SECUENCIA PEHODO 200Q-2010 2 a -liw. emitida 4 S Importaciones 7 8 ' Expo dación &s 9 10 immitm inv, recibida Fuente: elaboración propia a partir datos MINECO. TABLA 1 COA RELACIONES Exc Imp Inv

significante al nivel 0,05 (bilateral). Fuente: elaboración propia a partir datos MINECO. 0 3,75 7,50 11,25 15,00 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11

- 4 Sanchez, Pedro: /Fernández-Vega, Juan Padilla: LA D..., 2012, S. 4
- 4 Sanchez, Pedro: /Fernández-Vega, Juan Padilla: LA D..., 2012, S.
- 99 Juan Padilla/María Isabel Cepeda Go..., 2012, S. 0

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

151

● 86% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

## Textstelle (Prüfdokument) S. 258

Al tratarse de series temporales lo normal es encontrarse el problema de correlación serial, por lo que se van a estimar los parámetros mediante el método de Cochrane-Orcutt: Cuadro 46. Coeficientes de regresión Coeficientes no estandarizados Coeficientes estandarizados B Error típico Beta t Sig. Importaciones ,497 ,191 ,636 2,607 ,040 Emitida ,051 ,037 ,335 1,376 ,218 (Constante) 2,203 1,582 1,392 ,213 Se ha utilizado el método de estimación de Cochrane-Orcutt. Fuente: Elaboración Propia Los contrastes individuales muestran que la Inversión Emitida no es significativa al igual que la constante. Estimamos de nuevo el modelo, eliminando la variable Inversión Emitida: Cuadro 47. Coeficientes de regresión Coeficientes no estandarizados Coeficientes estandarizados t Sig. B Error típico Beta Importaciones ,788 ,121 ,926 6,513 ,000 (Constante) -,026 1,144 -,023 ,983 Se ha utilizado el método de estimación de Cochrane-Orcutt. Fuente: Elaboración Propia Cuadro 48. Resumen de ajuste del modelo R R cuadrado R cuadrado corregida Error típico de la estimación ,926 ,858 ,818 ,107 Se ha utilizado el método de estimación de Cochrane-Orcutt. Fuente: Elaboración Propia El estadístico Durbin Watson no es el más adecuado para estudiar la independencia de los residuos; se utiliza el contraste de rachas para comprobar la aleatoriedad de estos (tabla 5) el p-valor es lo suficientemente grande así pues se acepta la hipótesis de aleatoriedad.

● 50% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

## Textstelle (Originalquellen)

ExportacionesImportacionesInv. emitida Inv. recibida GRÁFICO 1 GRÁFICOS DE SECUENCIA PERIODO 2000-2010 Fuente: elaboración propia a partir datos MINECO. Al tratarse de series temporales lo normal es encontrarse el problema de correlación serial, por lo que se van a estimar los parámetros mediante el método de Cochrane-Orcutt. 4. Conclusiones En la actualidad, la promoción de los intereses económicos en las relaciones internacionales se sitúa en el centro de la acción diplomática de los contrastes individuales muestran que la inversión emitida no es significativa. Si estimamos de nuevo el modelo eliminando la variable inversión emitida elaboramos las Tablas 3 y 4. TABLA 3 COEFICIENTES DE REGRESIÓN Coeficientes no estandarizados Coeficientes estandarizados t Sig. B Error típico Beta Importaciones ,788 ,121 ,926 6,513 "000 (Constante) -0,26 1,1444 -0,23 ,983 Se ha utilizado el método de estimación de Cochrane-Orcutt. Fuente: elaboración propia. TABLA 4 RESUMEN DE AJUSTE DEL MODELO R R es LA DIPLOMACIA ECONÓMICA DE LOS PLANES INTEGRALES DE DESARROLLO DE MERCADO TABLA 2 COEFICIENTES DE REGRESIÓN Coeficientes no estandarizados Coeficientes estandarizados t Sig. B Error típico Beta Importaciones ,497 ,191 ,636 2,607 ,040 Emitida ,051 ,037 ,335 1,376 ,218 (Constante) 2,203 1,582 1,392 ,213 Se ha utilizado el método de estimación de Cochrane-Orcutt. Fuente: elaboración propia. Los contrastes individuales muestran que la inversión emitida no es significativa. Si estimamos de nuevo el modelo eliminando la variable inversión emitida elaboramos las Tablas 3 y 4. TABLA 3 COEFICIENTES DE REGRESIÓN Coeficientes no estandarizados Coeficientes estandarizados t Sig. B Error típico Beta Importaciones ,788 ,121 ,926 6,513 "000 (Constante) -0,26 1,1444 -0,23 ,983 Se ha utilizado el método de estimación de Cochrane-Orcutt. Fuente: elaboración propia. TABLA 4 RESUMEN DE AJUSTE DEL MODELO R R cuadrado R cuadrado corregida Error típico de la estimación ,926 ,858 ,818 ,107 Se ha utilizado el método de estimación de Cochrane-Orcutt. Fuente: elaboración propia. El estadístico Durbin Watson no es el más adecuado para estudiar la independencia de los residuos; se utiliza el contraste de rachas para comprobar la aleatoriedad de estos (Tabla 5) el p-valor es lo suficientemente

- 4 Sanchez, Pedro: /Fernández-Vega, Juan Padilla: LA D..., 2012, S.

PlagiatService  
Prüfbericht  
831713  
14.12.2018  
152



## Textstelle (Prüfdokument) S. 259

Cuadro 49. Prueba de rachas Error para Exportaciones de AREG, MOD\_7 Valor de prueba(a) -,02488 Casos < Valor de prueba 5 Casos >= Valor de prueba 6 Casos en total 11 Número de rachas 8 Z ,671 Sig. asintót. (bilateral) , 502 a Mediana Fuente: Elaboración Propia Finalmente, podemos concluir que el modelo que explica las exportaciones a través de las importaciones es muy bueno. Es verdad que existe una fuerte dependencia de con la inversión emitida, pero la alta correlación existente entre las importaciones y ésta provocan un problema de multicolinealidad. Es decir que la aportación al modelo de la inversión emitida ya se ve reflejada en las importaciones. 8.6. Los PIDM en los Programas Nacionales de Reformas (PNR) 2005-2010. 8.6.1. Antecedentes: los PNR. El Consejo Europeo celebrado en marzo

## Textstelle (Originalquellen)

grande, así pues, se acepta la hipótesis de aleatoriedad. Finalmente, se puede concluir que se acepta el modelo que explica las exportaciones a través de las importaciones. TABLA 5 PRUEBA DE RACHAS Error para exportaciones de AREG, MOD\_7 Valor de prueba(a) -,02488 Casos < Valor de prueba 5 Casos >= Valor de prueba 6 Casos en total 11 Número de rachas 8 Z ,671 Sig. asintót. (bilateral) ,502 Fuente: elaboración propia. aumentarán las exportaciones hacia China. El mode-lo que explica las exportaciones a través de las importaciones es muy bueno; es verdad que

aleatoriedad de estos (Tabla 5) el p-valor es lo suficientemente grande, así pues, se acepta la hipótesis de aleatoriedad. Finalmente, se puede concluir que se acepta el modelo que explica las exportaciones a través de las importaciones. TABLA 5 PRUEBA DE RACHAS Error para exportaciones de AREG, MOD\_7 Valor de prueba(a) -,02488 Casos < Valor de prueba 5 Casos >= Valor de prueba 6 Casos en total 11 Número de rachas 8 Z ,671 Sig. asintót. (bilateral) , 502 Fuente: elaboración propia. aumentarán las

las exportaciones hacia China. El mode-lo que explica las exportaciones a través de las importaciones es muy bueno; es verdad que existe una fuerte dependencia con la inversión emitida, pero la aportación al modelo de la inversión emitida ya se ve reflejada en las importaciones. Estas conclusiones prueban que los PIDM realizados en China han profundizado

mode-lo que explica las exportaciones a través de las importaciones es muy bueno; es verdad que existe una fuerte dependencia con la inversión emitida, pero la aportación al modelo de la inversión emitida ya se ve reflejada en las importaciones. Estas conclusiones prueban que los PIDM realizados en China han profundizado las relaciones económicas entre España y China, convirtiéndose en una herramienta eficaz de diplomacia económica

con los países objetivo. 5. Se establecen mecanismos de evaluación sobre el grado de consecución de los objetivos finales. La evaluación de los PIDM es recogida en los Programas Nacionales de Reforma<sup>12</sup> que el gobierno de España presenta ante las instituciones comunitarias, en el marco de la cooperación reforzada de las políticas económicas de los estados

- 4 Sanchez, Pedro: /Fernández-Vega, Juan Padilla: LA D..., 2012, S.
- 4 Sanchez, Pedro: /Fernández-Vega, Juan Padilla: LA D..., 2012, S. #P6#propia.#A#
- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 4

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

153

● 19% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

## Textstelle (Prüfdokument) S. 260

de 2005 planteó el relanzamiento de la Estrategia de Lisboa aprobada por los líderes europeos, en 2000. La Estrategia marcada cinco años atrás fijó una hoja de ruta de acciones para que, en un horizonte temporal de 10 años, la Unión Europea (UE) se convirtiera en la

1

## Textstelle (Originalquellen)

en primer lugar, que era <sup>4</sup> el farmacéutico. <sup>5</sup> 5 En marzo de 2005 se celebró el Consejo Europeo de Primavera que, basándose en el Informe Kok de <sup>5</sup> noviembre de 2004, planteó el relanzamiento de la Estrategia de Lisboa. La idea fundamental que <sup>5</sup> preside la aplicación de la estrategia de Lisboa para la política industrial es la de que ésta debe sostenerse <sup>5</sup> sobre un

- 100 La nueva política industrial española..., 2007, S. #P25#EstudiosDGPYME/

● 18% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

154



**ProfNet**

Institut für Internet-Marketing

## Textstelle (Prüfdokument) S. 260

Consejo Europeo de Primavera con un balance crítico sobre los escasos logros alcanzados por la UE en el marco de la Estrategia de Lisboa. Fue el Consejo Europeo de Primavera de marzo de 2005 el que planteó la necesidad de relanzar la Estrategia de Lisboa, concentrando sus objetivos en el crecimiento y el empleo, y teniendo como referencias permanentes la cohesión social y el desarrollo sostenible. El Consejo aprobó que cada Estado Miembro presentara un Programa Nacional de Reformas (PNR) estructurado en torno a 25 Directrices integradas para el Crecimiento y el Empleo 2005- 2008<sup>345</sup>. Los Programas Nacionales de Reforma tendrían que ser remitidos a la Comisión Europea y supuso, desde su aprobación, una referencia fundamental de la política económica del Gobierno de España en la planificación estratégica para lograr su plena convergencia con la UE en 2010

## Textstelle (Originalquellen)

las relaciones que existen entre la actuación de las Administraciones Públicas y las potencialidades de crecimiento económico, el Consejo Europeo de Primavera -celebrado en marzo de 2005- planteó la necesidad de relanzar la Estrategia de Lisboa, concentrando sus objetivos en el crecimiento y el empleo, y teniendo como referencias permanentes la cohesión social y el desarrollo sostenible. Para ello cada Estado Miembro de la Unión se comprometió a realizar un Programa Nacional de Reformas con la finalidad de fomentar el crecimiento y el empleo

los países objetivo. 5. Se establecen mecanismos de evaluación sobre el grado de consecución de los objetivos finales. La evaluación de los PIDM es recogida en los Programas Nacionales de Reforma<sup>12</sup> que el gobierno de España presenta ante las instituciones comunitarias, en el marco de la cooperación reforzada de las políticas económicas de los estados miembros.

- 101 Salinas Jiménez, Javier: Gasto públ..., 2006, S. 3
- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 4

● 29% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

155

ProfNet

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 261

economías de España y del resto de Estados miembros; entre las herramientas incluidas en esa estrategia de internacionalización se encontraban los PIDM. 8. 6.2. PNR 2005. En 2005 se elaboró el primer Programa Nacional de Reformas, producto de la nueva **Estrategia de Lisboa aprobada por el Consejo Europeo** de marzo de 2005. El Programa contenía múltiples referencias al compromiso de internacionalizar la economía española. En este sentido, el PNR de 2005 situó a la competitividad como variable determinante para elevar el crecimiento potencial y el desarrollo en el

## Textstelle (Originalquellen)

que se tradujo, por lo que al empleo respecta, en una mayor integración de la estrategia europea de empleo en el marco más amplio de la **estrategia de Lisboa aprobada por el Consejo Europeo** de primavera del 2000. Se analizan a continuación las directrices integradas para el trienio 2005-2008 aprobadas por el Consejo Europeo de marzo de 2005, que condicionan posteriormente el contenido y la

- 102 El empleo en la renovada Estrategia..., 2002, S. #P29#SOCIALES 72

● 9% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

156

**ProfNet**

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 262

recogido en el Eje n 5: Más competencia, más regulación, eficiencia de las Administraciones Públicas y competitividad (pág. 95). Dentro de este Eje, el punto 4 (pág. 102) recogía expresamente el objetivo de diversificar geográficamente las exportaciones españolas poniendo en marcha los Planes Integrales de Desarrollo de Mercados (PIDM) hacia países con elevado potencial de crecimiento o tamaño, ya señalándolos: EE.UU, China, Rusia, India, Marruecos, Brasil, Argelia y México. Finalmente, dentro de los indicadores incluidos en el "Capítulo V. Evolución y seguimiento: Rendición de Cuentas"<sup>348</sup> se recogían las "cuotas de mercado en Estados Unidos y en China" como variables a observar a la hora de evaluar la eficacia de las medidas empleadas para internacionalizar las empresas españolas, entre las cuales se encuentran los PIDM. 8.6.3. PNR 2006. El Informe Anual del PNR para 2006 contó con diversas

348 Idem. p.141.

## Textstelle (Originalquellen)

Holanda, Nueva Zelanda, Noruega, Portugal, España, Suecia, Reino <sup>8</sup> Unido, USA). <sup>9</sup> Beatriz Pérez Raposo y Leonel Cerno (2011) "Las relaciones comerciales de España con los <sup>9</sup> Países Objeto de los Planes Integrales de Desarrollo de Mercados (PIDM) 1999-2010, Revista <sup>9</sup> de Economía ICE (marzo-abril 2011). Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. <sup>10</sup> Véase Herce. J. A. (2010): "Internacionalización, empleo y modernización de la economía española". ICEX. <sup>11</sup> Véase el informe de

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 1

● 2% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

157

## Textstelle (Prüfdokument) S. 263

la efectividad de las medidas a la hora de impulsar la internacionalización de las empresas españolas, alcanzó la cifra de 16, de los cuales la mitad se referían directa o indirectamente a los PIDM (ver cuadro 48). Como puede observarse los resultados arrojados por los indicadores, reflejaron una aportación positiva de los PIDM a los objetivos de incentivar la internacionalización de las empresas españolas y de que éstas se diversificaran geográficamente. Así, en 2006 las exportaciones aumentaron pero la cuota de mercado española en el extranjero disminuyó en 2006 respecto a 2005. Las exportaciones a los países con PIDM crecieron entre El Capítulo V. Rendición de Cuentas<sup>351</sup> dividió el grado de implementación de los compromisos adquiridos en el PNR 2005 en tres: (i) compromiso aprobado: cuando éste 2005 y 2006, 6 puntos porcentuales. La cuota de mercado española en EE.UU

351 Ministerio de Presidencia (2006): Plan Nacional de Reformas, 2006. p. 26.

## Textstelle (Originalquellen)

en todos sus niveles; (iii) concentrar y coordinar esfuerzos financieros, promocionales y de acceso a mercados a través de acciones conjuntas de los diferentes instrumentos del ministerio de economía y competitividad. 5. Los resultados arrojados por los modelos elaborados en la presente investigación, prueban que los PIDM realizados hacia China han permitido mejorar las relaciones comerciales y las inversiones españolas hacia el gigante de 500 millones de euros, y la del segundo ascendió a 748,19 millones de euros. La cantidad destinada a los PIDM China representa cerca del 20% del total presupuestado al conjunto de los PIDM. Los objetivos de los PIDM al China se dividen en: (i) reforzar la presencia de empresas españolas en el país, (ii) impulsar los sectores considerados prioritarios, especialmente el sector servicios, (iii) punto del que parten en el mismo las empresas españolas, los Planes cuentan con una estructura común. Los objetivos generales de los PIDM son: (i) elevar la cuota de mercado española en el país objetivo gracias al fomento de las exportaciones españolas, la detección y el respaldo a sectores estratégicos donde posicionar a las empresas españolas, y contribuir a mejorar la competitividad de

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 11
- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 6
- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 5

● 5% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService  
Prüfbericht  
831713  
14.12.2018  
158

## Textstelle (Prüfdokument) S. 265

## Textstelle (Originalquellen)

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

159

las exportaciones de bienes aumentaron en términos reales un 5,1% (el mayor incremento desde el año 2000), "manteniéndose la cuota en los mercados internacionales<sup>355</sup>". Para acabar con el deterioro del saldo comercial -continúa el informe- y hacer frente "al proceso de globalización es preciso continuar en las políticas que frenen el deterioro de la competitividad-precio y, sobre todo, seguir avanzando en el proceso de mayor diversificación geográfica de nuestras exportaciones, así como en el incremento de su contenido tecnológico". El informe finalizaba este apartado reconociendo que "el desequilibrio de la balanza por cuenta corriente es un reflejo de la intensidad que ha adquirido el proceso inversor en España; así, la ratio inversión/PIB superó el 30%, muy por encima de las principales economías de la zona euro". Entre las novedades del PNR 2007 se encontraba la aprobación, a principios de 2006, del llamado Plan de Fomento Empresarial (PFE): estrategia que recogía un amplio conjunto de medidas para promover el emprendimiento entre las que se incluyó

<sup>355</sup> España y Alemania fueron los únicos países desarrollados que no han perdido cuota de mercado -en torno al 2% en el caso de España- en el cómputo global de exportaciones (datos 2007).



● 0% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit



**ProfNet**

Institut für Internet-Marketing

## Textstelle (Prüfdokument) S. 266

lo que se refiere a la estrategia de internacionalización, el informe hizo referencia a la reordenación acometida del FAD (Fondo de Ayuda al Desarrollo) reestructurándolo por "ramos de financiación a sus distintos objetivos"<sup>358</sup>; la línea ICO de internacionalización; y los Planes Integrales de Desarrollo de Mercados (PIDM). El Informe Anual hizo un balance positivo de los resultados de los PIDM en su cuarto año de existencia, arrojando las siguientes conclusiones: (a) Aumentó la diversificación geográfica de los flujos de comercio: en 2007, el total

358 Idem, p.80.

## Textstelle (Originalquellen)

Holanda, Nueva Zelanda, Noruega, Portugal, España, Suecia, Reino <sup>8</sup> Unido, USA). <sup>9</sup> Beatriz Pérez Raposo y Leonel Cerno (2011) "Las relaciones comerciales de España con los <sup>9</sup> Países Objeto de los Planes Integrales de Desarrollo de Mercados (PIDM) 1999-2010, Revista <sup>9</sup> de Economía ICE (marzo-abril 2011). Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. <sup>10</sup> Véase Herce. J. A. (2010): "Internacionalización, empleo y modernización de la economía española". ICEX. <sup>11</sup> Véase el informe de

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 1

● 2% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

160

ProfNet

Institut für Internet-Marketing





## Textstelle (Prüfdokument) S. 269

en marcha por el Gobierno de España tuvieron que ver con la exigencia de renovar el patrón de crecimiento económico. Para ello, entre otros planes, se propuso mejorar la competitividad de la economía española reforzando las políticas de apoyo a la internacionalización de las empresas españolas<sup>360</sup>. La cuarta directriz del PNR 2009 recogía las medidas de impulso a la internacionalización de la economía española, entre las cuales se incluyeron los Planes Integrales de Desarrollo de Mercados, el Plan de Internacionalización de la Tecnología, el Programa Aprendiendo a Exportar y el Plan Made in Spain/ Made by Spain de refuerzo de la imagen de los productos españoles tecnológicamente avanzados, y el Plan Estratégico ICEX 2009-2012 que

360 Ministerio de Presidencia (2009): Plan Nacional de Reformas, 2009, p.10.

## Textstelle (Originalquellen)

vendrán acompañadas del asesoramiento necesario a las<sup>9</sup> empresas sobre inversiones en el exterior.<sup>9</sup> c) Coordinación y Complementariedad entre las acciones del ICEX y la Agencia<sup>9</sup> Andaluza de Promoción Exterior<sup>9</sup> Las políticas de apoyo a la internacionalización de las empresas andaluzas que desarrolla<sup>9</sup> la Junta de Andalucía, a través de EXTENDA - Agencia Andaluza de Promoción Exterior,<sup>9</sup> obedecen al principio de complementariedad respecto de las que realiza

Holanda, Nueva Zelanda, Noruega, Portugal, España, Suecia, Reino<sup>8</sup> Unido, USA).<sup>9</sup> 9 Beatriz Pérez Raposo y Leonel Cerno (2011) "Las relaciones comerciales de España con los<sup>9</sup> Países Objeto de los Planes Integrales de Desarrollo de Mercados (PIDM) 1999-2010, Revista<sup>9</sup> de Economía ICE (marzo-abril 2011). Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.<sup>10</sup> 10 Véase Herce. J. A. (2010): "Internacionalización, empleo y modernización de la economía española". ICEX.<sup>11</sup> 11 Véase el informe

- 67 Programa operativo FEDER de Andaluc..., 2007, S. #P310#etc.
- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 1

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

161

● 8% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

## Textstelle (Prüfdokument) S. 271

función empresarial. Para las empresas la mundialización ha impulsado una espiral de fusiones, adquisiciones y otras operaciones entre compañías que han favorecido el nacimiento de multinacionales con capacidad de operar a escala global. Por si fuera poco, **las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación han** impulsado también la creación de las empresas globales al hacer más eficiente la fabricación, geográficamente fragmentada, y reducir los costes de transporte de los bienes y servicios producidos. La libre circulación de capitales y de bienes y servicios ha

## Textstelle (Originalquellen)

revistas que se siguen publicando en parte en formato físico pueden ser una respuesta, aunque somos conscientes de que no es la tendencia actual. Recapitulando, **las nuevas tecnologías de la información y la comunicación han** venido a revolucionar el mundo, incluyendo el propio del historiador. Las ventajas que vamos apreciando son cuantiosas, obligándonos a la vez a cambiar de paradigmas y metodología, pero consintiendo

- 103 La Historia (2017), 2012, S. 3181

● 9% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

162

**ProfNet**

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 272

la Marca País y la diplomacia económica así como la creación, muy reciente, de julio de 2012, de la nueva figura institucional: el Alto Comisionado de la Marca España. 9.2. Una aproximación a la diplomacia corporativa. Son múltiples las aproximaciones que la literatura económica y política ha hecho sobre un término tan aparentemente difuso como el de la diplomacia corporativa (en adelante, DC). Para Steger (2003) la diplomacia corporativa se define en el marco de las relaciones que las empresas tienen con los agentes que operan en su entorno de actuación<sup>367</sup>. Para Saner y Yiu (2001) la DC, tal y como ya describimos en el capítulo 2, es la actividad desempeñada por los ejecutivos de las

367 Steger, S. (2003): Corporate Diplomacy: The Strategy for Volatile, Fragmented Business Environment, pps.1-14.

## Textstelle (Originalquellen)

poder que los Estados han realizado en favor de agentes económicos privados -empresas e inversores- (Woolcock y Bayne (2011:9-10). DEFINICIÓN DE LA DIPLOMACIA ECONÓMICA Enumeradas sintéticamente las diferentes aproximaciones que la literatura económica ha elaborado sobre la diplomacia económica, a continuación propondremos la definición en base a la que realizaremos la presente investigación. Definición que recoge principalmente las definiciones referidas

caracterizado la diplomacia: la cooperación política internacional, la seguridad y el mantenimiento de la paz (Morillas, 2000). Son múltiples las definiciones dadas por la literatura a un concepto como el de la diplomacia económica, dependiendo, cada una de ellas, del énfasis otorgado a cada uno de los siguientes aspectos: Los actores implicados. Según esta aproximación, la diplomacia económica es

de la acción diplomática estatal. Ministerios como el comercio y turismo, agricultura y pesca, medio ambiente, etc. son actores decisivos en la promoción de los intereses nacionales en el marco de las relaciones internacionales. 3. Los Planes Integrales de Desarrollo de Mercados (PIDM) son estrategias innovadoras de la diplomacia económica española. Por un lado, ejemplifican el liderazgo de otros

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 2
- 4 Sanchez, Pedro: /Fernández-Vega, Juan Padilla: LA D..., 2012, S. 3031
- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 11

● 4% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

163

## Textstelle (Prüfdokument) S. 273

crear y ampliar las oportunidades de negocio estarían, a ojos de este autor, dentro del ámbito de acción de la DC. Para Trujillo (2012) el atributo definitorio de la DC es el componente relacional. Así, para la autora "las relaciones con los grupos de interés, aquellos que opinan, influyen y son influidos por la empresa, se hace imprescindible. Saber quienes son, dónde encontrarlos, cómo piensan, qué les preocupa, qué opinión de lo que hace nuestra empresa, recabar su ayuda en los temas que a empresa no conoce o conoce peor (...) se ha convertido en una palanca de liderazgo e innovación: es la gestión de la diplomacia corporativa"<sup>370</sup> Para la autora, la DC se convierte en una palanca diferenciadora de la empresa respecto al resto. En este sentido, la Responsabilidad Social Corporativa (en adelante, RSC) es un elemento a incluir en toda estrategia de

370 Asquer, A. (2012): What is Corporate Diplomacy?". <https://rnc.comabstract2009812>



1% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

## Textstelle (Originalquellen)

una forma que consiste en maximizar los impactos positivos que genera el negocio y minimizar los impactos negativos". En esta forma de entender la gestión empresarial, las relaciones con los grupos de interés, aquellos que opinan, influyen y son influidos por la empresa, se hace imprescindible. La autora agradece a Carolina Barrios y Cristóbal Mora su apoyo y colaboración en la revisión de este texto. que opera. Y que le permita crear valor para sí misma y para todos sus grupos de interés. En esto también consiste la

en un imperativo estratégico para las organizaciones de todo tipo. Diplomacia corporativa imprescindible. Saber quiénes son, dónde encontrarlos, cómo piensan, qué les preocupa, qué opinan de lo que hace nuestra empresa, recabar su ayuda en los temas que la empresa no conoce o conoce peor, es un gesto de humildad corporativa que se ha convertido en una palanca de liderazgo e innovación: es la gestión de la diplomacia corporativa (DC). Razones para la diplomacia corporativa Uno de los efectos más notorios de la globalización es la supresión de las fronteras, este mundo global en

- 104 La diplomacia corporativa, o el art..., 2011, S.

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

164

ProfNet

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 273

la autora, la DC se convierte en una palanca diferenciadora de la empresa respecto al resto. En este sentido, la Responsabilidad Social Corporativa (en adelante, RSC) es un elemento a incluir en toda estrategia de DC: "la RSC es un ingrediente esencial de la DC, no tanto en los aspectos operativos y de ejecución, sino sobre todo en lo que concierne a las relaciones y el diálogo de las empresas con los grupos de interés". En efecto, muchos de los departamentos institucionales de las grandes corporaciones españolas incluyen entre sus responsabilidades la RSC como una pieza en su estrategia diplomática. Por su parte, Strange (2000) sitúa el estudio de la diplomacia corporativa dentro de la disciplina de la Política Económica Internacional (en adelante, PEI) y analizaría las relaciones entre las compañías, y entre estas y los Gobiernos<sup>371</sup>. Según quien sea el actor, la diplomacia corporativa adquirirá rasgos diferentes: (a) Si

371 Strange, S. (2000): States, Firms and Diplomacy, pps. 60-67.

## Textstelle (Originalquellen)

áreas de responsabilidad social, de relaciones externas o, incluso, de áreas legales y regulatorias. En general, y aunque muchas empresas no lo perciban así, la responsabilidad social corporativa es un ingrediente esencial de la DC, no tanto en los aspectos operativos y de ejecución, sino sobre todo en lo que concierne a las relaciones y el diálogo de las empresas con sus grupos de interés. Es habitual que las compañías que implementan un proyecto de DC cuenten ya con una estrategia clara de responsabilidad social y sostenibilidad;

la diplomacia económica son: (i) la promoción del comercio, (ii) la promoción de la inversión, (iii) la captación de tecnología y conocimiento, y (iv) la gestión de la Ayuda al Desarrollo. El estudio de la diplomacia económica incorporará el análisis de la diplomacia comercial, entendida esta como un estadio inicial de la DE. Con el objeto de mejorar la eficacia de

- 104 La diplomacia corporativa, o el art..., 2011, S. 37
- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 3

● 2% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

165

## Textstelle (Prüfdokument) S. 275

diplomacias se pueden establecer. Como veremos a continuación, las Estrategias Marca País o las Fundaciones Consejo son buenos ejemplos de innovaciones que ambos sectores están implementando. 9.3. La red de Fundaciones Consejo: Plataformas informales de diplomacia económica y corporativa. **La colaboración público privada en la diplomacia económica española tiene como uno de sus principales** cauces las **Fundaciones Consejo** (en adelante, FC). Lideradas **por las principales empresas** españolas (los Presidentes de las principales corporaciones españolas ostentan responsabilidades similares al frente de las FC), cuentan **con el respaldo del** MAEC que,

## Textstelle (Originalquellen)

en segundo lugar, la dependencia energética de la economía española, ya que cerca del 75% de la energía anual consumida en España es importada. Por su parte, **la colaboración público privada en la Diplomacia Económica española tiene como uno de sus principales** instrumentos las denominadas **Fundaciones Consejo**. Estas Instituciones son liberadas **por las principales empresas**, contando **con el respaldo del** Ministerio de Asuntos Exteriores (que ocupa, en

- 59 Álvarez Calzada, Óscar: Claves de I... , 2012, S. 0

● 15% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

166

ProfNet

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 275

desde instituciones públicas con el MAEC a la cabeza, instituciones educativas (Universidades y Escuelas de Negocios), clubes de fútbol hasta empresas como Telefónica, Grupo Santander, Garrigues Walker, OHL, BBVA, etc. Para Salarych (2010) las FC son plataformas de "diálogo de la sociedad civil, impulsadas y gestionadas por el Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación (MAEC) pero que responden a iniciativas privadas de los más diversos ámbitos interesados en una aproximación global con los respectivos países y que constituyen un verdadero instrumento de política exterior al servicio de los ciudadanos"<sup>372</sup>. Garrigues Walker (2010) complementa la visión dada por Salarych, calificando las FC como "ejemplo de sinergia público privada (... ) que aunque se ocupan de favorecer la relación económica en su conjunto y la financiera y empresarial en concreto, tiene objetivos más amplios y prestan atención a las relaciones culturales en tanto en cuanto las industrias de intercambios culturales profundizan mejor el conocimiento de los pueblos y coadyuvan así a multiplicar y enriquecer las demás relaciones"<sup>373</sup>.  
Cuadro 52. Las Fundaciones Consejo. Nombre Año constitución Patronato FC España EE.UU (homólogo en EE.UU: US-Spain Council) 1997 Banco de Santander Central Hispano, Universidad Complutense de Madrid, MAEC, Universidad de Alcalá de Henares, Instituto Cervantes, State University of

372 Salarych, E. (2010): La diplomacia económica como eje de la política exterior española, p.5.

373 Garrigues Walker, A. (2010): El ejemplo de las Fundaciones Consejo, p. 12.

## Textstelle (Originalquellen)

de Fundaciones- Consejo que tenemos establecida con los más importantes países del mundo. Se trata de plataformas de dialogo de sociedad civil, impulsadas y gestionadas desde el MAEC pero que responden a iniciativas privadas de los más diversos ámbitos interesados en una aproximación global con los respectivos países y que constituyen un verdadero instrumento de política exterior al servicio de los ciudadanos. España es hoy puntera en el mundo en sectores clave para el desarrollo económico de muchos de los países que mantienen más altas tasas de

- 105 La diplomacia económica como eje de..., 2010, S. #P2#competidores.#A#

● 1% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

167

## Textstelle (Prüfdokument) S. 279

diplomacia económica/ corporativa. Tanto es así, que en diciembre de 2010, el MAEC convocó, bajo la presencia de la entonces Ministra de Asuntos Exteriores, Trinidad Jiménez, una reunión de todos los presidentes de las FC existentes, **con el objetivo de mejorar la coordinación de las** FC y potenciarlas como vehículos de diplomacia económica <sup>375</sup> En este sentido, FC como la de España India ha firmado convenios de colaboración con la Cámara de Empresas Industriales indias (2010) o con la organización SEOPAN (patronal de las principales empresas de construcción e infraestructuras de España).

375 ABC, 23 diciembre de 2010. Reunión de la Ministra de Asuntos Exteriores con las FC para

## Textstelle (Originalquellen)

LA INTEGRACIÓN Y LA COOPERACIÓN EN LAS ESTRATEGIAS DE...  
DefiniciónAutor: Concepto preferido Establecimiento de un acuerdo duradero entre empresas que mantienen su independencia jurídica y de gestión **con el objetivo de mejorar la coordinación de las** relaciones existentes entre ellos, intercambiar información o poner en marcha de forma conjunta alguna actividad productiva. Genesc (1995): Cooperación Unión temporal de empresas, con carácter de cierto

- 106 La integración y la cooperación en ..., 2006, S. 12

● 3% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

168



## Textstelle (Prüfdokument) S. 280

la globalización ha ido avanzando y consolidándose el concepto Marca País ( en adelante, MP) ha cobrado una importante relevancia en la promoción (sobre todo económica) de los países, en su búsqueda **por un diferenciado y mejor posicionamiento en las relaciones económicas internacionales**<sup>377</sup>. Así, las marcas, tanto para las empresas como para los países, se erigen en el antídoto contra el "**virus de la indiferenciación**"<sup>378</sup>. Diferenciación que, para Guillermo de la Dehesa (2005), es especialmente necesaria por la "**creciente competencia de empresas localizadas en países en desarrollo que pueden fabricar más barato muchos de los productos de consumo**"<sup>379</sup>. La marca se convierte en un elemento clave de la mayor competitividad de empresas y países. Para Van Ham Peter (2001) la marca es un factor definitorio de competitividad, que sitúa a todas las instituciones y empresas en el

377 Vázquez Ulpiano, J. (2012): Marca País: Estrategia obligatoria para España?, pps.1-7.

378 Cerviño, J. (2010): La marca como palanca de competitividad internacional de las empresas y los países.

379 De la Dehesa, G. (2005): Sinergias entre las Marcas y la imagen y reputación de su país de

## Textstelle (Originalquellen)

la diplomacia económica española. **Por un** lado, ejemplifican el liderazgo de otros ministerios ajenos al ministerio de exteriores, en este caso el de economía y competitividad, **en las relaciones económicas internacionales**. De otro, su naturaleza multidisciplinar en la definición estratégica de sus acciones: promoción comercial y de inversiones, y el fortalecimiento de las relaciones institucionales de España y los

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 11

● 2% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

169

## Textstelle (Prüfdokument) S. 281

también "lo harán con otros entes subestatales, empresas y el tercer sector a nivel global"<sup>380</sup>. De igual opinión es Cerviño (2005) para quien **la marca, como máximo exponente del capital comercial** del agente económico, sea empresa o Estado, es "**una variable estratégica de creciente importancia dentro de las decisiones, políticas y estratégicas de internacionalización empresarial**", cuestión que puede perfectamente trasladarse al Estado. **La competitividad** así entendida no **se sitúa en el** terreno único de la inversión en investigación y desarrollo, que también, sino **en el campo de los intangibles**, donde la

380 Van Ham Peter (2001): The Rise of the Brand State. The postmodern Politics of Image and Reputation, pps. 2-6. [http://diplomatia.traffic.com/nation\\_branding.asp?ID=2](http://diplomatia.traffic.com/nation_branding.asp?ID=2)

## Textstelle (Originalquellen)

orden. CONSTRUYENDO **LA MARCA ESPAÑA** En el actual proceso de globalización empresarial, la marca, **como máximo exponente del capital comercial** de la empresa, aparece como **una variable estratégica de creciente importancia dentro de las decisiones, políticas y estrategias de internacionalización empresarial**. Es un hecho cada vez más indiscutible que **la competitividad** de las empresas **se sitúa en el** campo de los intangibles, y

- 107 EL FORO DE MARCAS RENOMBRADAS ESPAÑA..., 2010, S.

● 1% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

170

ProfNet

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 281

el terreno único de la inversión en investigación y desarrollo, que también, sino en el campo de los intangibles, donde la marca es una de las principales variables. Bonet (2010) define tres factores que determinan la competitividad: "El capital humano, tecnológico y comercial, son sin duda claves para el éxito empresarial (... ) la marca puede considerarse el principal activo diferenciado vinculado con el capital comercial y, por tanto, una variable determinante en el proceso de internacionalización de la empresa"<sup>381</sup>. Para Saavedra Torres (2012) la MP "se vincula a cómo codifican la información los consumidores sobre marcas producidas en diferentes países, y sobre lo que significan cada uno de los países en sí mismos (... ) los consumidores mantendrán categorías cognitivas distintas según los países y las marcas de que se trate"<sup>382</sup>. Para González Silvestre y Casilda Béjar (2002) los estereotipos nacionales y culturales "influyen en las percepciones y evaluaciones de las marcas (... ) Los consumidores han desarrollado una serie de creencias sobre las marcas provenientes de otros países; y pese a ser sesgados, suelen jugar un papel constructivo y aportar coherencia a los procesos de decisión"<sup>383</sup>. Para estos autores, los juicios de valor realizados por los consumidores y usuarios sobre la calidad del producto "se hace

## Textstelle (Originalquellen)

recursos humanos y la creación de marca. La capacidad para enfrentarse a las fuerzas competidoras de los mercados en condiciones relativas favorables la proporciona el capital comercial. La marca puede considerarse el principal activo diferenciado vinculado con el capital comercial y, por tanto, una variable determinante en el proceso de internacionalización de la empresa. La falta de capital comercial, entendido como la suma del valor de las marcas y sus redes comerciales así como el valor de la imagen comercial

creencias sobre marcas y países con valor negativo, considerándose el activo país más complejo y sofisticado que el activo-marca<sup>3</sup>. Marca país El concepto de estructura cognitiva<sup>4</sup> se vincula a cómo codifican la información los consumidores sobre marcas producidas en diferentes países. En este sentido, aquéllos mantendrán categorías cognitivas distintas según los países y marcas de que se trate.

en una característica prominente de la estrategia del desarrollo económico ( Seisdedos,<sup>2006</sup> ). La Marca-País es un concepto de estructura cognitiva que se vincula a cómo codifican información los consumidores sobre marcas producidas en diferentes países, y sobre lo que significan cada uno de los países en sí mismos (Fan, 137 REDMARKA UIMA-Universidad de A Coruña - CIECID Año V, Número 8, (2012), v1 pp. 133-148 <http://www.redmarka.org> ISSN 1852-2300 Galiano (2002) remarca la importancia de diferenciar entre la marca y la imagen de país. La imagen de un país siempre existe, siempre que se

percepción sobre las marcas y que la estructura cognitiva varía, sustancialmente, entre países. Se trata en muchos casos de asociaciones claramente influenciadas por estereotipos nacionales y culturales. Los estereotipos nacionales y culturales influyen en las percepciones y evaluaciones de las marcas. Los consumidores han desarrollado una serie de creencias sobre las marcas provenientes de otros países. Aunque estos estereotipos pudieran resultar sesgados, suelen jugar un papel constructivo y aportar coherencia a los procesos de decisión. Si la información sobre los atributos de la marca es confusa, el país de origen pasará a ser la variable de

- 107 EL FORO DE MARCAS RENOMBRADAS ESPAÑ..., 2010, S.
- 108 La marca pa s como ventaja competit..., 2002, S.
- 109 EL PODER BLANDO DE LA MARCA-PAÍS: D..., 2012, S. 136
- 110 La imagen de los productos espa ole..., 2008, S. 17

PlagiatService  
Prüfbericht  
831713  
14.12.2018  
171

● 5% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

## Textstelle (Prüfdokument) S. 282

integrando información sobre la marca y su país de origen", y apuntan a que cuanto más rica sea la base cognitiva del país, mayor será el nivel de confianza disfrutando de una mayor disponibilidad, impulsando actitudes y comportamientos más coherentes<sup>384</sup>. Szondi (2008) apunta que el término Marca País adquirió

381 Bonet Ferrer, J.L. (2010): El Foro de Marcas Renombradas Españolas, una experiencia para la competitividad internacional. pps. 73-81.

382 Saavedra Torres, J.L. (2012): El poder blando de la Marca País, pps.133-148.

383 González Silvestre, E. y Casilda Béjar, R. (2002): La Marca País como ventaja competitiva.

384 El valor de la Marca España, pps.101-113.

## Textstelle (Originalquellen)

evaluación. El impacto del país

favorables por parte de los consumidores. Hay que indicar, además, que cuando los consumidores construyen juicios de valor sobre la calidad del producto, lo hacen integrando información sobre la marca y su país de origen<sup>18</sup>. El efecto del país de origen sobre el comportamiento del consumidor hacia las marcas puede generar tanto ventajas como desventajas competitivas. Debido a experiencias personales, información

- 110 La imagen de los productos espa ole..., 2008, S. 18



0% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

172

ProfNet

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 283

económicos, culturales y sociales. La **Marca País** resulta exitosa cuando es compartida por la ciudadanía del país, los cuales son considerados para Anholt como portavoces y receptores de su mensaje. En términos semejantes Iglesias Onofrio y Molina Rabadán (2008)<sup>389</sup> **definen la EMP como "el uso de características típicas de la vida nacional como medio de influir en la imagen y percepción del país en la sociedad civil en la sociedad civil, la opinión pública y los medios de comunicación extranjeros, incrementando el prestigio internacional del Estado y mejorando su posición política y su competitividad económica en el sistema mundial"**. Para los autores **"la EMP tiene como objetivo crear y transmitir una Imagen País (activo intangible) que se acompaña con una Marca País (logo, slogan, lema) que engloba a las sub-marcas nacionales"**<sup>11390</sup>. Los beneficios de la EMP pueden resumirse en el **"aumento de la fidelidad de la clientela; la exhibición de experiencias exitosas, que estimulan a que otras emulen esas experiencias; el aumento de las expectativas sobre la calidad de los productos; el fortalecimiento de la empresa, cuya imagen es asociada a unos determinados valores positivos que se vuelcan sobre sus productos; el mayor margen de maniobra en los procesos de negociación y de ampliación; y transmitir una**

## Textstelle (Originalquellen)

lo anterior, se ha hecho cada vez más indispensable el desarrollo de Estrategias de **Marca-País** (EMP) para mitigar este efecto. A tal respecto, Iglesias y Molina (2008:111) **definen la EMP "como el uso de características típicas de la vida nacional como medio de influir en la imagen y percepción del país en la sociedad civil, la opinión pública y los medios de comunicación extranjeros, incrementando el prestigio internacional del Estado y mejorando su posición política y su competitividad económica en el sistema mundial"**.

potencias. Se define la EMP<sup>2</sup> como el uso de características típicas de la vida<sup>2</sup> nacional como medio de influir en la imagen y<sup>2</sup> percepción del país en la sociedad civil, la<sup>2</sup> opinión pública y los medios de comunicación<sup>2</sup> extranjeros, incrementando el prestigio<sup>2</sup> internacional del Estado y mejorando su<sup>2</sup> posición política y su competitividad económica<sup>2</sup> en el sistema mundial. Diremos que una EMP<sup>2</sup> tiene como objetivo crear y transmitir una<sup>2</sup> Imagen País (activo intangible), que se<sup>2</sup> S E G U I D O R E S<sup>2</sup> Follower (1)<sup>2</sup> Folgen<sup>2</sup> A R C H I V O D E L B L O G<sup>2</sup> ? 2010 (15)<sup>2</sup> ? 2009 (37)<sup>2</sup> ? diciembre (37)<sup>2</sup> Los nuevos cinco tipos del<sup>2</sup> consumidor

extranjeros, incrementando el prestigio internacional del Estado y mejorando su posición política y su competitividad económica en el sistema mundial. Una EMP tiene como objetivo crear y transmitir **una Imagen País (activo intangible) que se acompaña con una Marca País** (logotipo, slogan y lema) que engloba a las sub-marcas nacionales. Es una estrategia emprendida por el gobierno de un país junto con actores de la sociedad

la hora de decidir la viabilidad o no de una iniciativa empresarial. b) Exhibición de experiencias exitosas, con el consiguiente estímulo para la emulación de las mismas. c) **Aumento de las expectativas sobre la calidad de los productos** por parte de los consumidores, lo que conlleva al fabricante a adoptar mejores sistemas de control de calidad y al fomento de la innovación. d) Fortalecimiento de la empresa, cuya imagen de marca **es asociada a unos determinados valores positivos que se vuelcan** en sus productos. e) Una buena imagen proporciona un **mayor margen de maniobra en los procesos de negociación** así como de ampliación. Historia Actual Online 2008 La

- 109 EL PODER BLANDO DE LA MARCA-PAÍS: D..., 2012, S. 137
- 111 LA ESTRATEGIA MARCA PAÍS EN LA SOCI..., 2008, S. #P46#laestrategiama
- 111 LA ESTRATEGIA MARCA PAÍS EN LA SOCI..., 2008, S.

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

173



6%

Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

## Textstelle (Prüfdokument) S. 283

señal de planificación estratégica, gestión inteligente, ambición en los objetivos y creatividad (...) que aseguran el respeto e interés del resto de la comunidad económica<sup>11391</sup>. Javier Noya (2005) describe las seis dimensiones que, para Anholt, configuran en forma de hexágono la percepción de un país en el exterior<sup>392</sup>: el turismo, la exportación, la política, la inversión e inmigración, la cultura y la gente.

389 Iglesias Onofrio, M y Molina Rabadán, D. (2008): La Estrategia Marca País en la sociedad

390 idem:

391 Idem.

392 Las definiciones literales de las variables del hexágono son las expuestas en el trabajo de

## Textstelle (Originalquellen)

Estrategia Marca País en la sociedad informacional f) Una buena marca es señal de planificación estratégica, gestión inteligente, ambición en los objetivos y creatividad, algunos de los valores predominantes en el mundo global y por tanto asegura la aceptación, el respeto e interés del resto de la comunidad económica<sup>6</sup>. La mayoría de EMP ha comenzado a realizarse a comienzos del siglo XXI. Son ejemplos: Uruguay Natural (2002); Ecuador: vida en estado puro (2004, con antecedente en 2001); antropología del consumidor: LA ESTRATEGIA

- 111 LA ESTRATEGIA MARCA PAÍS EN LA SOCI..., 2008, S.

● 1% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

174

ProfNet

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 284

lado, la disposición del entrevistado a vivir y trabajar en un país, y de otro, la valoración de si un país es un destino adecuado para localizar una filial de una empresa de su país. La cultura recoge **la valoración que merece el patrimonio cultural del país y la propensión a buscar o evitar las actividades y productos que comercializa un artista de un país**. Finalmente, la variable gente incluye, por un lado, la calidad humana del país y la hospitalidad de sus gentes, y en segundo lugar, el capital humano, es decir, la disposición a contratar personas del determinado país. Guillermo de

## Textstelle (Originalquellen)

Argentino de la Responsabilidad Social Empresaria <sup>6</sup> (IARSE, Argentina). <sup>6</sup> 99 <sup>6</sup> 225\_06 Aju 10 (F.Galindo) 6/2/07 10:51 Página 99 <sup>7</sup> 7 Anholt-GMI Nation Brands Index 2005, <http://www.nationbrandindex.com> <sup>8</sup> 8 Bajo la etiqueta cultura, el NBI entiende concretamente "**la valoración que merece el patrimonio cultural <sup>8</sup> del país pero también la propensión a buscar las actividades y productos que comercializa un artista de un <sup>8</sup> país (un disco, un concierto)**". <sup>8</sup> 100 <sup>8</sup> 225\_06 Aju 10 (F.Galindo) 6/2/07 10:51 Página 100 <sup>9</sup> 9 En cualquier caso, el Real Instituto Elcano, en su informe La imagen de España en América Latina. Resultados

- 112 Responsabilidad Social de las Empresas, 2007, S. #P143#Página 107

● 19% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

175

ProfNet

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 285

un país en una única imagen es, en el mejor de los casos, casi imposible. Un país tiene múltiples significados compuestos por imágenes y dinámicas históricas, contemporáneas...Aún así, la visión del consumidor sobre la MP " se hará a partir de sus múltiples experiencias (si las tuviera) con productos o visitas al país; de las creencias que tengan sus gentes y de las condiciones sociales, económicas y políticas del momento". En resumen, sí existe una imagen dominante, general y abstracta, relacionada con el capital de reputación que el país **ha ido** acumulando a lo largo de los años. Ello tiene, como veremos, una derivación a tener presente en

## Textstelle (Originalquellen)

consumidor tenga de una marca-país será un conjunto de creencias basadas en experiencias (cuando exista esa experiencia), y/o emanará de las imágenes que tenga de **sus gentes y de las condiciones sociales, económicas y políticas del momento**. Muchos consumidores tendrán imágenes de países en los que nunca han estado. Sin embargo, esa imagen se **ha ido** configurando a través de las noticias y comunicaciones

- 113 informe Proyecto Marca España, 2003, S.

● 0% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

176

**ProfNet**

Institut für Internet-Marketing





## Textstelle (Prüfdokument) S. 285

tiene, como veremos, una derivación a tener presente en la articulación de las Estrategias de Marca País (en adelante, EMP) y es la siguiente: si la imagen que tiene un consumidor **sobre un** determinado país se fundamenta **en criterios subjetivos, percepciones que obedecen a un proceso de estructuración cognitiva** (Vázquez Ulpiano, J. 2012) generada a lo largo de años por parte de **los consumidores**, modificarlas será una tarea que dure también años, lo que implica que las EMP deben tener un horizonte de implementación, como mínimo, de

## Textstelle (Originalquellen)

estereotipos o creencias que las personas tienen **sobre un** país, este actúa como presentador o prescriptor en sentido positivo o negativo de sus marcas. Esta idea se basa **en criterios subjetivos y percepciones que obedecen a un proceso de estructuración cognitiva**, que el consumidor lleva a cabo cuando se le presenta un producto o servicio nuevo, es decir; el valor emocional que tienen **los consumidores** cuando asocian una

- 114 Marca País: Estrategia obligatoria ..., 2012, S. #P2#es - 2

● 11% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

177

ProfNet

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 286

las propias marcas comerciales y corporativas. En mercados globales, los consumidores y usuarios compran bienes y servicios fabricados en países de los cuales sólo conocen **por imágenes, comentarios, noticias, etc. A partir de** sus experiencias con esas empresas y marcas, **los consumidores conforman todo un mundo de significados relacionados con su país de origen.** (e) La literatura económica ha comprobado empíricamente la existencia de una relación bidireccional entre marcas corporativas y la MP del país al que pertenecen. Así Cerviño, Sánchez y Cubillo (2005) a partir de una muestra realizada a más de 400 directivos provenientes

## Textstelle (Originalquellen)

constantemente, de países donde nunca han estado, pero que conocen y perciben **por imágenes, comentarios, noticias, relatos, etc. A partir de** su experiencia con estas marcas y empresas, **los consumidores conforman todo un mundo de significados relacionados con su país de origen.** En este universo, las empresas y marcas son de sus países y los países son fabricantes de marcas y productos. De esta forma, las empresas y marcas emergen en

- 107 EL FORO DE MARCAS RENOMBRADAS ESPAÑ..., 2010, S.

● 14% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

178

ProfNet

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 286

Cerviño, Sánchez y Cubillo (2005) a **partir de una muestra** realizada a más de 400 directivos provenientes de 46 diferentes países, comprobaron cómo la **percepción favorable** de la campaña **Made in Spain** puesta en marcha por el Gobierno de España afectó **positiva y significativamente al éxito comercial de las empresas españolas en sus mercados internacionales, en especial, a la variable compra de los productos y servicios** que ofrecían las compañías españolas<sup>393</sup>. De igual manera, el estudio demostró cómo **cuanto mejor era el posicionamiento de las empresas españolas en los** mercados internacionales (innovación, calidad y diseño de sus

393 Cerviño, J., Sánchez, J. y Cubillo, J.M. (2005): Made in Effect, Competitive Marketing

## Textstelle (Originalquellen)

Cubillo (2005a, 2005b) pudieron demostrar para el caso español, a **partir de una muestra** de 428 directivos de 46 países diferentes, cómo una **percepción favorable del Made in Spain** afecta **positiva y significativamente al éxito comercial de las empresas españolas en sus mercados internacionales, y en especial, a la variable** de intención de **compra de sus productos y servicios**. Asimismo, se pudo demostrar que **cuanto mejor era el posicionamiento competitivo de las empresas españolas en los**

- 115 Julio Cerviño Jaime Rivera LA GLOBA..., 2007, S.

● 11% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

179

ProfNet

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 286

los productos y servicios que ofrecían las compañías españolas<sup>393</sup>. De igual manera, el estudio demostró cómo **cuanto mejor era el posicionamiento de las empresas españolas en los mercados internacionales (innovación, calidad y diseño de sus productos y servicios, prestigio de sus marcas) mejor se percibía el país de origen**. Cuadro 53. Relación entre la Marca País y Marcas del País. Fuente: Elaboración propia.393 (f) Esta relación bidireccional entre Marca País y **las marcas** de sus empresas implica el que si las segundas no están claramente posicionadas en los

393 Cerviño, J., Sánchez, J. y Cubillo, J.M. (2005): Made in Effect, Competitive Marketing

## Textstelle (Originalquellen)

demostrar que **cuanto mejor era el posicionamiento competitivo de las empresas españolas en los mercados internacionales (medido por la innovación, calidad y diseño de sus productos, y prestigio de sus marcas), mejor se percibía el país de origen**, confirmando así el efecto indirecto de **las marcas** en el valor final del Made in Spain. Una investigación más reciente y centrada exclusivamente en el efecto

- 115 Julio Cerviño Jaime Rivera LA GLOBA..., 2007, S.

● 16% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

180

ProfNet

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 287

entre la Marca País y Marcas del País. Fuente: Elaboración propia.393 (f) Esta relación bidireccional entre Marca País y las marcas de sus empresas implica el que si las segundas no están claramente posicionadas en los mercados internacionales, **el país de origen pasará a ser la variable de evaluación** por parte del consumidor y usuario extranjero. Como veremos posteriormente este es uno de los principales problemas de España, y en estos casos será importante vincular el necesario fortalecimiento de la Marca País como paraguas de marcas

## Textstelle (Originalquellen)

podieran resultar sesgados, suelen <sup>2006</sup> desempeñar un papel constructivo y aportar coherencia a los procesos de <sup>2006</sup> decisión. Si la información sobre los atributos de la marca es confusa, **el país <sup>2006</sup> de origen pasará a ser la variable de evaluación**".

- 109 EL PODER BLANDO DE LA MARCA-PAÍS: D..., 2012, S. #P16#Pp. 32-41#A# 148

● 7% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

181



**ProfNet**

Institut für Internet-Marketing

## Textstelle (Prüfdokument) S. 290

un horizonte del medio plazo tanto para la DE como la EMP, al igual que su evaluación. 9.4.3. La Estrategia de la Marca España. La actual EMP se inició en 2001 con **el Proyecto Marca País** liderada **por el Real Instituto Elcano de Estudios Internacionales y Estratégicos (REI)**, **el Foro de Marcas Renombradas (FMRE)**, **el ICEX**, la Asociación de Directivos de Comunicación (DIRCOM) y el apoyo del MAEC. El punto de partida fue la realización de un diagnóstico de la percepción que sobre

## Textstelle (Originalquellen)

PAÍS EN LA...  
<http://antropologiadelconsumidor.blogspot.com/2009/12/laestrategiama14von4627.11.2018,20:30> La EMP española actual comenzó a finales de 2001, cuando se puso en marcha **el Proyecto Marca País**, una iniciativa gestada **por el Real Instituto Elcano de Estudios Internacionales y Estratégicos (RIE)**, **el Foro de Marcas Renombradas Españolas (FMRE)**, **el Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX)** dependiente de la Secretaría de Estado de Comercio y Turismo del

- 111 LA ESTRATEGIA MARCA PAÍS EN LA SOCI..., 2008, S.

● 9% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

182

**ProfNet**

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 290

realización de unas jornadas internas sobre la **Marca España** con la participación de **historiadores, sociólogos, representantes de administraciones públicas** (regionales, locales, nacional) expertos **en marketing y comunicación**, sector empresarial, responsables de imagen de otros países, embajadores y **personas que por su trayectoria profesional se han convertido en embajadores** oficiosos de España. En las **Jornadas se** recopilaron y presentaron **diferentes estudios sobre la imagen de España y casos prácticos de países que estaban trabajando en reconstruir su** Marca País (**Inglaterra, Canadá, Polonia, Hong Kong**) **fase que quedó concluida en noviembre de 2002.** b) Una **segunda fase**, en la que se elaboró el primer Informe con resumen de **las conclusiones de la** Jornada y recomendaciones para

## Textstelle (Originalquellen)

**marca España**", a las que fueron invitados expertos de diferentes disciplinas: **historiadores, sociólogos**, empresarios, **representantes de las Administraciones Públicas**, expertos **en marketing y comunicación**, así como a otras **personas que por su trayectoria profesional se han convertido en "embajadores** de la marca España", para que pudieran exponer sus experiencias y recomendaciones sobre el objetivo principal del proyecto. De estas **jornadas se** esperaban unas conclusiones que

recomendaciones. Además, esta primera fase englobó la recopilación y presentación de los **diferentes estudios sobre la imagen de España** realizados hasta ese momento, y la presentación de **casos prácticos de países que estaban trabajando en reconstruir su** marcapaís **Inglaterra, Canadá, Hong Kong** y Polonia-, **fase que quedó concluida en noviembre de 2002.** b) La **segunda fase** estuvo dedicada a elaborar, a partir de **las conclusiones de las**

- 113 informe Proyecto Marca España, 2003, S. 3
- 111 LA ESTRATEGIA MARCA PAÍS EN LA SOCI..., 2008, S. 2004

● 21% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

183

ProfNet

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 291

el carácter público privado de la iniciativa. En especial, del liderazgo que viene ejerciendo desde sus inicios el Foro de Marcas de Renombradas (en adelante, FMRE). Tal y como recuerda su actual Presidente, Bonet Ferrer <sup>396</sup>, en "1999 una serie de empresarios y directivos de 17 compañías españolas titulares de marcas de reconocido prestigio comenzaron a trabajar conjuntamente en torno a la necesidad de crear en España una institución cuyo principal objetivo fuese la defensa, en todos los ámbitos, de las marcas españolas como verdaderos motores para la internacionalización de las empresas españolas"<sup>397</sup>. La idea central del colectivo era la de avanzar unidos para acortar, en la medida de lo posible, la ventaja competitiva que las marcas de otros países de nuestro entorno les llevaban a las marcas españolas en los mercados internacionales"<sup>398</sup>. Desde entonces el Foro es una suerte de paraguas bajo el que se encuentran dos instituciones con su propia estructura jurídica: (a) La Asociación de Marcas Renombradas Españolas (en adelante, AMRE) constituida en 2001 como asociación sin ánimo de lucro de carácter empresarial, integrada exclusivamente por las empresas asociadas (en la actualidad, más de 100); (b) la Fundación (constituida en 2002 por la AMRE, el entonces denominado Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, y la Oficina Española de Patentes y Marcas, y el ICEX; al que posteriormente se

396 Bonet Ferrer, J.L. (2010): El Foro de Marcas Renombradas Españolas, una experiencia para la competitividad internacional, pps. 73-81.

397 Idem.

398 Idem.

● 33% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

## Textstelle (Originalquellen)

EL FORO DE MARCAS RENOMBRADAS ESPAÑOLAS, UNA EXPERIENCIA PARA LA COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL JOSÉ LUIS BONET FERRER  
Presidente Foro de Marcas Renombradas Españolas En 1999, un grupo de empresarios y directivos de 17 compañías españolas titulares de marcas de reconocido prestigio comienzan a organizarse y a trabajar conjuntamente en torno a la necesidad de crear en España una institución que tuviera como principal objetivo la defensa, en todos los ámbitos, de las marcas españolas como verdaderos motores para la necesaria internacionalización de las empresas españolas. Este grupo pionero de empresas pone en marcha el embrión de lo que posteriormente sería el Foro de Marcas

marcha el embrión de lo que posteriormente sería el Foro de Marcas Renombradas Españolas. La idea central no era otra que la de la necesidad de avanzar unidos para acortar, en la medida de lo posible, la ventaja competitiva que las marcas de otros países de nuestro entorno les llevaban a las marcas españolas en los mercados internacionales, debido principalmente al retraso histórico de las empresas españolas en su salida al exterior derivado de las especiales características de la economía española durante la

entonces Ministerio de Industria y Energía, el 17 de julio de 2001 se firma ante notario la escritura de constitución de la Asociación de Marcas Renombradas Españolas (AMRE) como asociación sin ánimo de lucro de carácter empresarial, integrada exclusivamente por una serie de empresas asociadas, las fundadoras y todas las que en estos años se han ido sumando al proyecto hasta llegar a las actuales 100 empresas asociadas.

- 107 EL FORO DE MARCAS RENOMBRADAS ESPAÑ..., 2010, S.

PlagiatService  
Prüfbericht

831713

14.12.2018

184



## Textstelle (Prüfdokument) S. 291

AMRE es multisectorial y de composición heterogénea, tanto en la afinidad sectorial de las empresas integrantes como su tamaño. A los efectos que nos interesan para la presente investigación, la AMRE cuenta con empresas para las cuales "la imagen comercial de España adquiere un grado máximo de importancia ya que una gran parte de su negocio no proviene del mercado interior sino que se ve muy determinado por la imagen de que los bienes y servicios españoles se tiene en el mundo"<sup>399</sup>. La identificación de la marca como un elemento decisivo de la competitividad de una empresa y de un país, llevó a la AMRE a proponer, entre otras medidas recogidas en sus Estatutos, **fomentar el reconocimiento público e institucional de la importancia estratégica de las marcas** a través de, por ejemplo, la articulación de **incentivos fiscales y financieros**, la colaboración público privada **para la promoción** exterior de los productos españoles y demás medidas que favorezcan la **internacionalización de las marcas renombradas y notorias** españolas. La

<sup>399</sup> Idem.

● **13%** Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

## Textstelle (Originalquellen)

que todas ellas se hallan necesitadas de una protección jurídica reforzada derivada del propio renombre de sus marcas; y que para todas ellas la cuestión de **la imagen comercial de España adquiere un grado máximo de importancia ya que una gran parte de su negocio no proviene del mercado interior sino que se ve muy determinado por la imagen que de los bienes y servicios españoles se tiene en el mundo**. Por otra parte, el 14 de febrero de 2002 se firma ante notario la escritura de constitución de la Fundación Foro de Marcas Renombradas Españolas, que nace

internacionales en la consecución de medidas que permitan una más eficaz defensa de estos derechos frente a la contrahechura y cualesquiera otras actividades que vulneren la marca. **Fomentar el reconocimiento público e institucional de la importancia estratégica de las marcas**, en especial de las **renombradas y notorias**, y, en consecuencia, la implementación de cuantas medidas, incluidos **incentivos fiscales y financieros**, sean adecuadas **para la promoción e internacionalización de las**

- 107 EL FORO DE MARCAS RENOMBRADAS ESPAÑ..., 2010, S. 3
- 107 EL FORO DE MARCAS RENOMBRADAS ESPAÑ..., 2010, S.

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

185

ProfNet

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 292

La relación bidireccional ya señalada entre MP y las marcas de sus compañías, hace **que en el** proceso de internacionalización **en el** que está inmerso el tejido empresarial español, **las empresas no sólo** lleven en su "equipaje sus méritos, habilidades o knowhow entre otros, sino que es acompañada por algo inseparable que es su país de origen"<sup>400</sup>. De ahí que resulte vital el contar con una MP que "ayude, apalanque y facilite la internacionalización de las empresas españolas"<sup>401</sup>. La sostenibilidad del proceso internacionalizador dependerá en buena medida del éxito **de la** MP. (b) Pese a que **las marcas** españolas están tomando posiciones de liderazgo en sus respectivos sectores, creando valor en el concepto Made in

400 Vázquez Ulpiano, J. (2012): Marca País: Estrategia obligatoria para España?, pps.1-7.

401 Como ejemplo de la debilidad de la Marca España, el Ranking global de Country Brand

## Textstelle (Originalquellen)

se tornan obligatorias para **las empresas** españolas. Es necesario entender **que en el** momento que una empresa decide internacionalizarse, **no sólo** se lleva en su equipaje sus méritos, habilidades o knowhow entre otros, sino que es acompañada por algo inseparable que es su país de origen. Esta asociación "obligatoria" tiene connotaciones positivas o negativas dependiendo del país, del sector y las experiencias que los potenciales clientes hayan tenido en el pasado con marcas

el pasado con marcas del mismo país de la empresa en cuestión. Es por ello de vital importancia, tener una Marca País seria y potente que **ayude, apalanque y facilite la internacionalización de las empresas** nacionales. Aparte del carácter objetivo, la Marca País evoca ciertos valores, calificaciones o sentimientos emocionales **de la** misma forma que lo hacen **las marcas** comerciales. En

- 114 Marca País: Estrategia obligatoria ..., 2012, S. #P2#es - 2

● 1% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

186

## Textstelle (Prüfdokument) S. 292

sostenibilidad del proceso internacionalizador dependerá en buena medida del éxito de la MP. (b) Pese a que las marcas españolas están tomando posiciones de liderazgo en sus respectivos sectores, creando valor en el concepto Made in Spain; "existe un gap importante entre la relevancia de la economía y las empresas españolas en el mundo y la presencia de las marcas españolas en los mercados internacionales"<sup>402</sup>. Este gap no contribuye a afianzar la imagen de España toda vez que uno de los atributos que más influyen positiva y significativamente a posicionar la imagen de un país son sus marcas comerciales".<sup>403</sup> La falta de una presencia relevante de marcas españolas en los mercados internacionales es consecuencia, entre otros motivos, de la "escasa importancia que la empresa tradicional española ha otorgado a este tipo de activos mas interesada en la exportación de volumen de producto a precios competitivos que en la creación de ventajas competitivas sostenibles basadas en el desarrollo de canales de comercialización y marcas comerciales". De ahí que sea necesario alterar este tipo de estrategia apostando por otra "centrada en la sostenibilidad y rentabilidad a largo plazo, vía creación de marcas de renombre internacional". Cuadro 55. Distribución de las 100 Marcas más valiosas del mundo 2009 (% por países) Países % EE.UU 52 Alemania 10 Francia 8 Japón 7 Suiza 5 Italia 4 Reino Unido 3 Holanda 3 Canadá 2 rankings de las principales compañías transnacionales del mundo, una, para las pertenecientes al sector financiera, y la segunda, para el resto de sectores. Pues

402 En el ranking que anualmente elabora la Revista Fortune, para el año 2011, de las 500

403 Cerviño J., Rivera, J. (2007): La globalización de las marcas españolas: liderazgo y notoriedad internacional, pps. 121- 139.

● **24%** Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

## Textstelle (Originalquellen)

liderazgo en sus respectivos sectores, generando un efecto locomotor para otras marcas españolas y creando valor en el concepto Made in Spain. Sin embargo, hay todavía un gap importante entre la relevancia de la economía y las empresas españolas en el mundo y la presencia de las marcas españolas en los mercados internacionales. Además, este gap no ayuda a fortalecer la imagen de España en el exterior, en el sentido que uno de los atributos que más influyen positiva y significativamente a posicionar la imagen de un país son sus marcas comerciales (Cerviño, Sánchez y Cubillo, 2005a, 2005b). La falta de una presencia relevante de marcas españolas en los mercados internacionales es debido a la escasa importancia que la empresa tradicional española ha otorgado a este tipo de activos en décadas pasadas, más interesada en la exportación de volumen de producto a precios competitivos que en la creación de ventajas competitivas sostenibles basadas en el desarrollo de canales de comercialización y marcas comerciales. Ciertamente, este modelo no funciona en el entorno competitivo actual. Una economía desarrollada como la española no puede competir en precio y productos

LAS MARCAS, UN PILAR FUNDAMENTAL DE LA IMAGEN PAÍS  
Además, es necesario un cambio de perspectiva en el enfoque competitivo exterior, adoptando una visión estratégica centrada en la sostenibilidad y rentabilidad a largo plazo vía creación de marcas de renombre internacional, como medio para generar valor e influencia comercial. Como hemos visto, las marcas, como referentes de éxito internacional, pueden actuar como embajadoras de la imagen comercial

auténtico valor intangible de la marca y la fuente más decisiva de la competitividad. 126 LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA ESPAÑOLA Noviembre-Diciembre 2007. N. 839 JULIO CERVIÑO Y JAIME RIVERA ICE CUADRO 3 DISTRIBUCIÓN DE LAS 100 MARCAS MÁS VALIOSAS DEL MUNDO EN 2006 (% por países) Países % Estados Unidos . . . . . 51 Alemania . . . . . 9 Japón . . . . . 8 Francia . . . . .

- 115 Julio Cerviño Jaime Rivera LA GLOBA..., 2007, S. 2006
- 116 Retos de nuestra acción exterior: D..., 2010, S. 138
- 115 Julio Cerviño Jaime Rivera LA GLOBA..., 2007, S.

PlagiatService  
Prüfbericht  
831713  
14.12.2018  
187

## Textstelle (Prüfdokument) S. 294

España contemporánea y la **imagen que del país** se tenía en el exterior, llevó a demandar por parte del sector privado una EMP que transmitiera **una nueva imagen que** elevara tanto **la proyección económica del país** como **la nueva realidad política, social y cultural, con sus características de modernidad, creación artística, dinamismo y potencia económica y cultural**. En efecto, los estudios realizados en la primera fase de la EMP (2001/02) identificaban la imagen de España con los aspectos "cálidos" (emoción, vitalidad, ocio) y lejos de los "instrumentales" (eficacia, disciplina, trabajo). España era percibida como

## Textstelle (Originalquellen)

estereotipada e insuficiente y no ofrece fortaleza competitiva, se propuso construir coordinadamente **una nueva imagen que** no sólo mejore **la proyección económica del país**, sino que trasmita **la nueva realidad política, social y cultural, con sus características de modernidad, creación artística, dinamismo y potencia económica y cultural**. La pasada centuria asistió al apogeo del desarrollo de las potencialidades productivas del país<sup>12</sup>, culminando un proceso de reforma y modernización iniciado en el siglo XVIII y continuado,

- 111 LA ESTRATEGIA MARCA PAÍS EN LA SOCI..., 2008, S.

● 17% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

188

ProfNet

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 295

con las funciones de diseñar y coordinar las tareas de promoción de la imagen. Hasta su creación, debería instituirse un Comité Marca España como grupo de trabajo o taskforce formado por las entidades del sector público y privado **activas en la construcción de la imagen exterior de España**. Dentro de las actuaciones a impulsar por los nuevos organismos se encontraban<sup>406</sup> : (a) Crear un Observatorio Permanente de la Imagen de España en el Exterior (OPIEX) para hacer un seguimiento continuado de las percepciones y **actitudes ante nuestro país** del mundo a **través de** estudios periódicos y la celebración de jornadas, seminarios, etc. (b) Poner en marcha **un servicio de alerta para detectar y atajar situaciones de crisis de la imagen española en algún país** e implementar **líneas estratégicas de posicionamiento y comunicación de la Marca España**. (c) **Potenciar el aspecto comercial de la Marca España**. (d) **Coordinar las acciones de instituciones públicas y privadas que hoy día crean imagen de marca de España**. (e) **Dar un mayor peso al servicio exterior en la formación en temas de diplomacia pública**. (f) **Implementar programas de Relaciones Públicas y lobby en el exterior a servicio de los intereses de España**. (g) **Reforzar y coordinar**

406 Para un análisis más detallada, véase: Informe: Proyecto Marca España. Asociación de

## Textstelle (Originalquellen)

marca, con el ánimo de establecer la similitud buscada entre identidad, posicionamiento e imagen de marca. 9998 informe Proyecto Marca España informe Proyecto Marca España 104 págs 96+8 15/12/03 16:27 Página 98 más **activas en la construcción de la imagen exterior de España**, como el Ministerio de Asuntos Exteriores, Turespaña, el Instituto Cervantes, la Fundación Carolina, la Sociedad Estatal de Exposiciones Internacionales, la Sociedad Estatal para la

<http://antropologiadelconsumidor.blogspot.com/2009/12/laestrategiama17von4627.11.2018,20:30> **actitudes ante nuestro país** en todo el mundo a **través de** seminarios, estudios e investigaciones de diverso tipo. **Establecer un servicio de alerta y comunicación para detectar y atajar situaciones de crisis de la imagen en algún país** y elaborar unas **líneas estratégicas de posicionamiento y comunicación de la Marca-España** **Potenciar el aspecto comercial, y por lo tanto, de la denominación Marca-España**. **Coordinar las acciones de las instituciones públicas y privadas que hoy día crean imagen de España**. **Dar un mayor peso en el servicio exterior a la formación en temas de diplomacia pública**. **Poner en marcha un programa de relaciones públicas y de**

- 113 informe Proyecto Marca España, 2003, S.
- 111 LA ESTRATEGIA MARCA PAÍS EN LA SOCI..., 2008, S.

● 52% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

189

## Textstelle (Prüfdokument) S. 295

Públicas y lobby en el exterior a servicio de los intereses de España. (g) Reforzar y coordinar la acción cultural exterior con el Instituto Cervantes como principal referente y la **Fundación Carolina**, financiando, por ejemplo, viajes a extranjeros para aprender español. (h) **Promocionar las buenas prácticas de imagen y la figura de los embajadores de la Marca España oficiales y "oficiosos"** (deportistas, artistas, profesionales, etc.) mediante convocatorias de premios o incentivos a aquellos que hayan contribuido a la mejora de la imagen de España. (i) **Aprovechar los eventos culturales, deportivos, artísticos de nivel internacional** para reforzar y difundir la imagen del país. (j) Programa de relaciones públicas en el exterior: **potenciando una mayor presencia de españoles en organismos internacionales**, financiando viajes a España de prescriptores de opinión, apoyando **la candidatura de España** al G-9, dando **prioridad en la concesión de visados a empresarios y personas relevantes de países estratégicos para la Marca España**; organizando **programas bilaterales de jóvenes líderes**. Entre las iniciativas puestas en marcha se encuentran la impulsada, en 2001, por el sector vinícola español en colaboración con el ICEX para desarrollar una nueva estrategia promocional de los

## Textstelle (Originalquellen)

en España a extranjeros, como lo realiza la antropología del consumidor: LA ESTRATEGIA MARCA PAÍS EN LA...  
http://antropologiadelconsumidor.blogspot.com/2009/12/la-estrategia-ma-18-von-46-27.11.2018, 20:30 **Fundación Carolina** o el Programa Erasmus de la UE.  
**Promocionar las buenas prácticas de imagen y la figura de los embajadores de la marca España oficiales y "oficiosos"** (deportistas, artistas, profesionales) mediante convocatorias de premios o incentivos a aquellos que hayan contribuido a la mejora de la imagen de España. Marcela Iglesias Onofrio; David Molina Rabadán **Aprovechar los eventos**  
Programa Erasmus de la UE. **Promocionar las buenas prácticas de imagen y la figura de los embajadores de la marca España oficiales y "oficiosos"** (deportistas, artistas, profesionales) **mediante convocatorias de premios o incentivos a aquellos que hayan contribuido a la mejora de la imagen de España.**  
**Aprovechar los eventos culturales, deportivos y artísticos de nivel internacional** que tengan lugar **en el país** como la Exposición Universal de Sevilla y las Olimpiadas de Barcelona de 1992, la candidatura de Madrid como sede de los

el exterior: Organizando viajes frecuentes a España de prescriptores de opinión de los países de mayor interés. Serán un efecto multiplicador para la imagen de España. **Potenciando una mayor presencia de españoles en organismos internacionales.** Trabajando para que España forme parte de los "grupos" integrados por los grandes países y tenga protagonismo relevante. Organizando encuentros sobre temas de actualidad para que

Fundación Carolina y otras instituciones públicas y privadas **fPotenciando una mayor presencia de españoles en organismos internacionales** **fApoyando a la candidatura de España** para formar parte del "G-9". **fDando prioridad en la concesión de visados a empresarios y personas relevantes de países estratégicos para la marca España** **fOrganizando programas bilaterales de intercambio de jóvenes líderes** 13. En el ámbito de la diplomacia pública, se deben aprovechar al máximo los grandes eventos de ámbito

- 111 LA ESTRATEGIA MARCA PAÍS EN LA SOCI..., 2008, S.
- 117 Iglesias Onofrio, Marcela: La Estra..., 2008, S. 116
- 118 El posicionamiento estratégico de l..., 2009, S.
- 113 informe Proyecto Marca España, 2003, S. 14

● 100% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

190

## Textstelle (Prüfdokument) S. 296

jóvenes líderes. Entre las iniciativas puestas en marcha se encuentran la impulsada, en 2001, por el sector vinícola español en colaboración con el ICEX para desarrollar una nueva estrategia promocional de los vinos españoles, que pasó de poner el énfasis en las Denominaciones de Origen a hacerlo en la calidad de los mismos en su conjunto, bajo la rúbrica de "Vinos de España", consolidando con ello la imagen de España como el "país vinícola más innovador de Europa". Otro ejemplo fue el impulso del Plan Asia dirigido a promover la presencia comercial e inversora del sector textil español. Respecto al sector turístico, el organismo público dependiente de Turespaña inició, en 2004, la campaña online "Smile! You are in Spain" cuyos países objeto de la campaña fueron: Reino Unido, EE.UU, Alemania, Francia, Países Bajos, Italia, Bélgica, Luxemburgo, Portugal, Irlanda, Canadá, Rusia, Suecia, Brasil, Japón, Finlandia, Noruega, Austria, Dinamarca, Suiza y México<sup>407</sup>. Otra actuación puesta en marcha por la FMRE fue la creación de la figura "Embajadores Honorarios de la Marca España", otorgada a personalidades de relevancia internacional que favorecen la relevancia positiva de España en el exterior. Las primeras acreditaciones se otorgaron en 2005, entre otros al hoy difunto expresidente del Comité Olímpico Internacional, Juan Antonio Samaranch; Amancio Ortega, fundador de Inditex; el restaurador, Ferrá Adriá; Valentín Fuster, Director del Instituto Cardiovascular del Hospital Monte Sinai y Presidente de la American Herat Association; y más recientemente, al baloncestista, Pau Gasol.

### 9.4.4. La estrategia Made in/ Made by Spain.

El Plan Made in/Made by, anunciado por el Gobierno en 2008, trató de ser el paraguas que englobara todas las iniciativas impulsadas

407 Iglesias Onofrio, M y Molina Rabadán, D. (2008): La Estrategia Marca País en la sociedad informacional, pps. 109-26.

● 42% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

## Textstelle (Originalquellen)

Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) ha adoptado en 2001 un cambio de estrategia promocional de los vinos españoles, consensuada con el sector, que ha pasado de poner el énfasis en las Denominaciones de Origen (DDOO) a hacerlo en la calidad de los caldos españoles en su conjunto, incidiendo en la demanda, en los propios consumidores, más que en la oferta.

span.info, y distribuir sus contenidos a otros portales para lograr una presencia masiva en la red. Los países objeto de la campaña son: Reino Unido, USA, Alemania, Francia, Países Bajos, Italia, Bélgica, Luxemburgo, Portugal, Irlanda, Canadá, Rusia, Suecia, Brasil, Japón, Finlandia, Noruega, Austria, Dinamarca, Suiza y México<sup>21</sup>. Ilustración 5. Publicidad de la Campaña "Smile! You are in Spain" (ejemplos) Otra iniciativa de promoción de la imagen del país ha sido la creación de

de la Marca España", galardón que recibieron personalidades que por su brillante trayectoria personal y profesional han contribuido y contribuirán al prestigio y al fortalecimiento de la imagen de España en el exterior. Las primeras acreditaciones se otorgaron el 10 de enero de 2005, por iniciativa del El Foro de Marcas Renombradas Españolas que agrupa a 67 empresas y entidades líderes en sus respectivos mercados. Recibieron esta distinción:

Carreras; el jugador de golf Severiano Ballesteros; el restaurador Ferrá antropología del consumidor: LA ESTRATEGIA MARCA PAÍS EN LA...  
<http://antropologiadelconsumidor.blogspot.com/2009/12/laestrategiama> Adriá y el Director del Instituto Cardiovascular del Hospital Monte Sinai y Presidente de la American Herat Association, Valentín Fuster. Las deficiencias que ha mostrado el proyecto Marca País España pueden resumirse en los siguientes puntos, siendo sus principales debilidades la desconexión de

- 111 LA ESTRATEGIA MARCA PAÍS EN LA SOCI..., 2008, S.

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

191

## Textstelle (Prüfdokument) S. 298

Económico de la Administración de EE.UU, estimado en más de 780.000 millones de dólares, para le desarrollo de inversiones en energías renovables, autopistas, transporte y vivienda...sectores en los que España cuenta con empresas líderes a nivel global<sup>409</sup>. Cuadro 56. **Presencia de empresas españolas en EE.UU (2007)** Fuente: Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (2007).

El Plan incluyó la previsión de más de 50 acciones anuales en torno a los siguientes ejes sectoriales: tecnología, industrias ligadas al español, gastronomía, habitat y moda. El presupuesto en 2009 ascendió a los 20 millones de euros, y en 2010 a 24 millones de euros (datos de los Presupuestos Generales correspondientes a esos años). El Plan fue coordinado por la Secretaría de Estado de Comercio a través del ICEX y la empresa pública Invest in Spain. Junto a ellas, las

<sup>409</sup> Como ejemplo, en el sector del Transporte y la Alta Velocidad las empresas españolas han

## Textstelle (Originalquellen)

PIDM China representa cerca del 20% del total presupuestado al conjunto de los PIDM. Los objetivos de los PIDM al China se dividen en: (i) reforzar la **presencia de empresas españolas en** el país, (ii) impulsar los sectores considerados prioritarios, especialmente el sector servicios, (iii) potenciar el turismo chino hacia España. El Plan China + incluye dos nuevos objetivos a los

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 6

● 2% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

192

ProfNet

Institut für Internet-Marketing





## Textstelle (Prüfdokument) S. 299

coordinado por la Secretaría de Estado de Comercio a través del ICEX y la empresa pública Invest in Spain. Junto a ellas, las empresas colaboradoras fueron la Asociación de Marcas Renombradas Españolas, la Fundación Consejo España-EE.UU, la CEOE y **el Consejo Superior de Cámaras de Comercio, Industria y Navegación**. El cronograma de acciones prevista entre 2009 y 2010, puede observarse en el Cuadro 57. Sobre las actuaciones del Plan, el Eje 1 (acciones de promoción de la oferta tecnológica española) propuso **mejorar la imagen de España como país con capacidad industrial y tecnológica presentando la competitividad de los sectores en los que las empresas españolas son líderes: infraestructuras, energías renovables, tratamiento y desalinización del agua, transporte y alta velocidad, TIC aplicadas a la gestión sanitaria y educativa, biotecnología y nanotecnología**. El Eje 2 (**promoción de industrias culturales**) previó promover el libro en español, producción de contenidos audiovisuales y destino de estudiantes internacionales (**el español es la cuarta lengua más hablada del mundo**, tras el mandarín, inglés e hindi, y la segunda más difundida del mundo tras el **inglés**). El Eje 3 (promoción de la gastronomía española) contó, como elementos del plan, proyectar la calidad de la industria agroalimentaria así como

## Textstelle (Originalquellen)

ámbito universitario, de los administradores de ficheros de información, y de los consumidores y usuarios, postulados mediante tres ternas elaboradas, respectivamente, por el Consejo Superior de Universidades, **el Consejo Superior de Cámaras de Comercio, Industria y Navegación**, y el Consejo de Consumidores y Usuarios<sup>43</sup>. La limitación que significa para el gobierno la existencia de estas autoridades independientes, va más allá, no obstante, del sistema de

**Mejorar la imagen de España como país con capacidad industrial y tecnológica presentando** aquellos sectores en que somos líderes mundiales: Infraestructuras - Energías renovables. Eólica y solar - Tratamiento y desalinización del agua - Transporte y alta velocidad - TIC aplicadas a la gestión sanitaria y educativa puesto que España ocupa en la economía global y con la presencia de las empresas españolas en otros mercados. Este déficit se debe en parte a que **los sectores en los que las empresas españolas son** referencia a nivel internacional están sometidos a importantes limitaciones operativas, es el caso de las telecomunicaciones, las infraestructuras o las finanzas. Pero incluso en estos sectores existen en

la imagen de España como país con capacidad industrial y tecnológica presentando aquellos sectores en que somos líderes mundiales: Infraestructuras - **Energías renovables**. Eólica y solar - Tratamiento y desalinización **del agua - Transporte y alta velocidad - TIC aplicadas a la gestión sanitaria y educativa Biotecnología y nanotecnología** lw tito- 4.2.- **Promoción de Industrias Culturales y Educativas** PUNTO DE PARTIDA: \* EL ESPAÑOL ES... - Cuarta lengua más hablada del mundo (450 mili, personas), tras el mandarín, el

al mercado laboral y social y genera seguridad emocional y afectiva en su calidad de elemento identitario). El potencial creciente del valor económico del español es bien patente **El Español es la cuarta lengua más hablada del mundo** con 439 millones de hablantes, siendo oficial en 21 países. Y la tendencia es a seguir creciendo, por encima del Chino, el Francés, el **Inglés y el Ruso**. Se estima

- 119 Las administraciones independientes..., 2005, S. 437
- 120 Sebastián, Miguel: La estrategia Ma..., 2009, S. 13
- 121 Pascual Pons, Carlos: La Exposición..., 2010, S.
- 120 Sebastián, Miguel: La estrategia Ma..., 2009, S. 13
- 122 SostenibilidadesEspa a 2007, 2010, S. 85

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

193

● 54% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

## Textstelle (Prüfdokument) S. 303

acción exterior española en un contexto de mayor complejidad en las relaciones internacionales ante el aumento del número de actores, públicos y privados. Entre las competencias del ACM-E para lograr sus fines, el Comisionado (arrt.5) promoverá **medidas para la mejora de la imagen exterior de España** y para ello deberá "recibir, elaborar, transmitir cuantos datos e información necesite"<sup>412</sup>. También, deberá **desarrollar una "herramienta de información periódica para conocer y medir la percepción sobre España en el extranjero"**. A continuación comentaremos los rasgos característicos de esta nueva figura: (a) ACM-E es un organismo de naturaleza horizontal. Por su dependencia funcional, de Presidencia de Gobierno (aunque orgánicamente lo haga del MAEC) y su participación, cuando los asuntos a

412 Idem.

## Textstelle (Originalquellen)

Comisionado del Gobierno para la Marca España. Se crea el Alto Comisionado del Gobierno para la Marca España al que corresponde proponer al Gobierno las **medidas para la mejora de la imagen exterior de España**, así como la planificación, y el impulso, coordinación y seguimiento de la acción exterior española, pública y privada, en los ámbitos económico, cultural, social, científico y tecnológico, encaminada a la

tiene como fines: a) Promover medidas para mejorar la imagen exterior de España y, a tal efecto, recibir, elaborar y transmitir cuantos datos e información resulten necesarios o convenientes. b) **Desarrollar una herramienta de información periódica para conocer y medir la percepción sobre España, y** construir un sistema de indicadores objetivos, por datos de medición externa, que permitan su seguimiento. c) Impulsar la planificación de la acción exterior de los órganos

- 70 Disposición 8672 del BOE núm. 155 d..., 2012, S. 72

● 7% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

194

ProfNet

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 308

mayor transparencia, información y publicidad de las decisiones de los actores respecto a la ciudadanía y organizaciones; así como la rendición de cuentas sobre las decisiones adoptadas, también en materia de **diplomacia económica**. (d) El mayor número de actores **en las relaciones económicas internacionales**. En primer lugar, son más los Estados que articulan estrategias de diplomacia económica (tradicionalmente reservado a los países más desarrollados) y cuyo paradigma lo encontramos en las economías emergentes. En segundo lugar, dentro del propio Estado gracias al activismo de entes subestatales <sup>418</sup> (regiones, localidades y organismos autónomos) y la aparición de nuevos "departamentos de Asuntos Exteriores" en otros Ministerios del Gobierno Central. (e) Multiplicación de actores privados **en las relaciones económicas internacionales**: empresas multinacionales y una creciente participación de las ONGS en asuntos vinculados a la gobernanza internacional y la diplomacia económica. (f) La coexistencia de múltiples actores implica también la coexistencia de igual número de diplomacia(s), dependiendo del actor que la realice (Estado, empresas ONGS) los medios utilizados y los objetivos perseguidos serán diferentes. Con todo, como vimos

418 Saner R. y Lichia Y. (2001): "International Economic Diplomacy. Mutations in Post-Moderns

## Textstelle (Originalquellen)

la **diplomacia económica** española. Por un lado, ejemplifican el liderazgo de otros ministerios ajenos al ministerio de exteriores, en este caso el de economía y competitividad, **en las relaciones económicas internacionales**. De otro, su naturaleza multidisciplinar en la definición estratégica de sus acciones: promoción comercial y de inversiones, y el fortalecimiento de las relaciones institucionales de España y los

la diplomacia económica española. Por un lado, ejemplifican el liderazgo de **otros ministerios** ajenos al ministerio de exteriores, en este caso el de economía y competitividad, **en las relaciones económicas internacionales**. De otro, su naturaleza multidisciplinar en la definición estratégica de sus acciones: promoción comercial y de inversiones, y el fortalecimiento de las relaciones institucionales de España y los

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 11

● 3% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

195

## Textstelle (Prüfdokument) S. 310

Exterior (1983-1986), la elaboración de un Anteproyecto de Ley del Servicio Exterior (2000), la constitución de una Comisión Interministerial para la Reforma Integral del Sector Exterior (2004-2005), y la creación en 2005 de la Subcomisión parlamentaria en el seno de **la Comisión de Asuntos Exteriores del Congreso de los Diputados para** la reforma del Sector Exterior, que no concluyó en propuestas por la falta de acuerdo entre los dos principales Grupos Parlamentarios, PP y PSOE; pero cuya lectura de las Actas de los comparecientes (provenientes tanto del sector

## Textstelle (Originalquellen)

interna en Zimbabwe tras la investidura de Robert Mugabe como presidente. 23.07.08 295. Política exterior El ministro de Asuntos Exteriores y de Cooperación, Miguel Ángel Moratinos, comparece ante **la Comisión de Asuntos Exteriores del Congreso de los Diputados para** informar del Proceso de Barcelona: Unión por el Mediterráneo, resultado de la Cumbre Euromediterránea celebrada en París. En su intervención Moratinos también anuncia la presentación

- 33 Cronología de la política exterior ..., 2009, S. 16

● **11%** Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

196

**ProfNet**

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 315

de mayor transparencia con la necesidad de que las negociaciones lleguen a buen puerto, lo que implica ciertas dosis de discreción. CONCLUSIONES 1. La investigación elabora una nueva definición de la diplomacia económica que sintetiza las diversas aproximaciones que la literatura económica y política ha elaborado sobre la misma: Las acciones emprendidas por el conjunto de actores que conforman el Estado para lograr sus intereses económicos en los mercados mundiales. Las 7 áreas en las que trabaja la diplomacia económica son: (a) la promoción del comercio, la inversión y el turismo, (b) las finanzas, (c) la captación de tecnología y conocimiento, (d) la energía y la sostenibilidad global, (e) la cooperación al desarrollo, (f) la seguridad económica, y (g) las Estrategias de Marca País. El estudio de la diplomacia económica analizará la coherencia o los conflictos que pudieran surgir entre los objetivos políticos y económicos en el marco de la política exterior de los Estados. Con el objeto de mejorar la eficacia de las acciones emprendidas, la diplomacia económica investigará los procesos de negociación y toma de decisión de los actores implicados. 2.

● 14% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

## Textstelle (Originalquellen)

poder que los Estados han realizado en favor de agentes económicos privados - empresas e inversores- (Woolcock y Bayne (2011:9-10). DEFINICIÓN DE LA DIPLOMACIA ECONÓMICA Enumeradas sintéticamente las diferentes aproximaciones que la literatura económica ha elaborado sobre la diplomacia económica, a continuación propondremos la definición en base a la que realizaremos la presente investigación. Definición que recoge principalmente las definiciones referidas

Woolcock, Saner, Yiu, José Manuel Albares Bueno, Javier Morillas y Rana Kishan. Así, definiremos la diplomacia económica como: "El conjunto de acciones emprendidas por el total de actores que conforman el sector público - Estado- con el fin de lograr sus intereses económicos, y en ocasiones también políticos, en los mercados mundiales. Las cuatro áreas sobre las que

Así, entenderemos la diplomacia económica como "el conjunto de acciones impulsadas por el total de actores que forman parte del Estado, cuyo objetivo es promover sus intereses económicos en los mercados mundiales. Las tres áreas sobre las que trabaja la diplomacia económica son: (i) la promoción del comercio, (ii) la promoción y atracción de inversión, (iii) la captación de tecnología y de conocimiento.

el fin de lograr sus intereses económicos, y en ocasiones también políticos, en los mercados mundiales. Las cuatro áreas sobre las que trabaja la diplomacia económica son: (i) la promoción del comercio, (ii) la promoción de la inversión, (iii) la captación de tecnología y conocimiento, y (iv) la gestión de la Ayuda al Desarrollo. El estudio de la diplomacia económica incorporará el análisis de la diplomacia comercial, entendida esta como un estadio inicial

Ayuda al Desarrollo. El estudio de la diplomacia económica incorporará el análisis de la diplomacia comercial, entendida esta como un estadio inicial de la DE. Con el objeto de mejorar la eficacia de las acciones emprendidas para el logro de los intereses que persigue, la diplomacia económica investigará los

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 2
- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 3
- 4 Sanchez, Pedro: /Fernández-Vega, Juan Padilla: LA D..., 2012, S.
- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 3

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

197

## Textstelle (Prüfdokument) S. 315

La Tesis confirma la hipótesis de trabajo inicialmente planteada: desde 2000 hasta la actualidad, el conjunto del sector público español viene realizando una decidida acción de diplomacia económica, innovando en los siguientes frentes (a) institucional; (b) instrumental y (c) de forma inclusiva al contar, el sector público, con los actores privados en el diseño y en la aplicación de la acción económica exterior. 3. Las innovaciones institucionales en la

## Textstelle (Originalquellen)

procesos de negociación y toma de decisión de los actores implicados". 2. NUEVOS INSTRUMENTOS DE LA DIPLOMACIA ECONÓMICA. EL CASO DE LOS PLANES INTEGRALES DE DESARROLLO (PIDM) Una de

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 3

● 0% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

198

ProfNet

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 316

mejorar la coherencia de la acción exterior española. En cambio, la OEP sí se ha consolidado como pieza fundamental de la **diplomacia económica española** asumiendo un mayor número de responsabilidades en la definición e implementación de **las relaciones económicas internacionales de España**. El Ministerio de Economía y Competitividad (MINECO) también ha afrontado la modernización institucional de sus instrumentos de promoción económica exterior, principalmente gracias a la transformación del ICEX en un Ente público empresarial. Por su parte, el Ministerio de Asuntos Exteriores (MAEC) ha impulsado acciones de formación en materias económicas a los Embajadores españoles así como la coordinación de estos con la red de Oficinas Económicas y Comerciales (OFECOMES). En resumen, las principales innovaciones institucionales realizadas en el

## Textstelle (Originalquellen)

**diplomacia económica española**. Por un lado, ejemplifican el liderazgo de otros ministerios ajenos al ministerio de exteriores, en este caso el de economía y competitividad, en **las relaciones económicas internacionales**. De otro, su naturaleza multidisciplinar en la definición estratégica de sus acciones: promoción comercial y de inversiones, y el fortalecimiento de las relaciones institucionales de España y los países

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 11

● 2% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

199

ProfNet

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 318

Por su parte, nuestra investigación arroja datos positivos de la eficacia de los **Planes Integrales de Desarrollo de Mercados (PIDM)** en la mejora de las relaciones comerciales y de inversión de España respecto a los países objetivo: **Brasil, China, Rusia, México, Estados Unidos India, Argelia, Marruecos, Japón, Corea del Sur**, Turquía y los **Países del Golfo**. Aparte de analizar el buen comportamiento de las exportaciones e inversiones entre España y los países objetivo; abordamos el estudio de **la correlación lineal entre las exportaciones, las importaciones**, la inversión emitida y recibida entre España y China en el marco del PIDM. Los resultados muestran una **correlación positiva muy fuerte entre las exportaciones y las importaciones, así como una correlación alta entre la inversión emitida con las exportaciones. Ello implica que cuanto más se importa de China y cuanto más grande** es la inversión española en el gigante asiático, aumentan las exportaciones hacia China. En resumen del examen realizado del PIDM hacia China podemos concluir que se crea una suerte de "círculo virtuoso" que se retroalimenta y

## Textstelle (Originalquellen)

español y para los que ha puesto en <sup>19</sup> funcionamiento diversos **Planes Integrales de Desarrollo de Mercados (PIDM)** . Por el momento, los planes puestos en <sup>19</sup> marcha son: **Brasil, China, Rusia, México, Estados Unidos, India, Argelia, Marruecos, Japón**, Turquía, **Corea del Sur** y <sup>19</sup> **Países del Golfo** . <sup>20</sup> 20 Otras reformas a realizar sería la fiscal, con el fin de reducir la dependencia existente de los ingresos del

no así el PIDM China +, incorpora como uno de sus objetivos la promoción del turismo. 4.2. ANÁLISIS DE REGRESIÓN DE LOS PIDM CON CHINA Si estudiamos **la correlación lineal entre las exportaciones, las importaciones** el PIDM emitido y el PIDM recibido se observa la siguiente tabla: Tabla 3. Correlaciones PDIM-RC EXPORTACIONES PDIMEM 0,928 p-valor 0.000 IMPORTACIONES 0.933 p-valor 0.000 Fuente: elaboración propia a partir datos

que los PIDM realizados hacia China han permitido mejorar las relaciones comerciales y las inversiones españolas hacia el gigante asiático y viceversa, de China hacia España. Existe **correlación positiva muy fuerte entre las exportaciones y las importaciones; así como una correlación alta** también para la inversión emitida, es decir, que cuanto más se importa de China y cuanto más grande sea la inversión española en China, f BOLETÍN ECONÓMICO

Tabla 1. En dicha Tabla se puede observar que existe correlación positiva muy fuerte entre las exportaciones y las importaciones; así como una correlación alta también para **la inversión emitida con las exportaciones. Ello implica que cuanto más se importa de China y cuanto más grande** sea la inversión española f BOLETÍN ECONÓMICO DE ICE N 3031 DEL 16 AL 30 DE SEPTIEMBRE DE 2012 27 Co la bo ra ci on es LA DIPLOMACIA ECONÓMICA DE LOS PLANES

- 89 Cátedra Nebrija Santander: México. ...., 2012, S. #P280#Switzerland .#A#
- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 7
- 4 Sanchez, Pedro: /Fernández-Vega, Juan Padilla: LA D..., 2012, S.
- 4 Sanchez, Pedro: /Fernández-Vega, Juan Padilla: LA D..., 2012, S. 4

● 20% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService  
Prüfbericht  
831713  
14.12.2018  
200



## Textstelle (Prüfdokument) S. 321

público privada. El Estado ha abierto cauces de participación de las empresas en el diseño y la ejecución de **la diplomacia económica**, reconociendo con ello la existencia de nuevos actores privados, no sólo los entes subestatales, **en las relaciones económicas internacionales**. Las Fundaciones Consejo (FC) son plataformas de diplomacia económica informal lideradas por el sector privado y respaldadas por el MAEC. Con todo, hay algunos elementos de reflexión para un posible mejor funcionamiento. En primer lugar, la necesaria creación de una FC en sentido inverso (por

## Textstelle (Originalquellen)

**la diplomacia económica** española. Por un lado, ejemplifican el liderazgo de otros ministerios ajenos al ministerio de exteriores, en este caso el de economía y competitividad, **en las relaciones económicas internacionales**. De otro, su naturaleza multidisciplinar en la definición estratégica de sus acciones: promoción comercial y de inversiones, y el fortalecimiento de las relaciones institucionales de España y los

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 11

● 2% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

201

**ProfNet**

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 82

141 Las Comisiones bilaterales **recibieron un impulso** decisivo **con la reforma del artículo 33 de la Ley Orgánica 1/2000** de 7 de enero, **que les atribuye la finalidad de** ser un foro intermedio

## Textstelle (Originalquellen)

Administración General del Estado, y a miembros del Consejo de Gobierno, en representación de la Administración de la respectiva Comunidad Autónoma. Estas Comisiones **recibieron un impulso** definitivo **con la reforma del artículo 33 de la Ley Orgánica** del Tribunal Constitucional, **que les atribuyó la finalidad de** evitar el planteamiento de recursos de inconstitucionalidad. La mayor parte de los Estatutos de Autonomía de

- 123 GESTIÓN DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS D..., 2012, S. 64

● 9% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

202

**ProfNet**

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 118

Buenas Prácticas para la Aplicación del Acuerdo sobre el sistema de representación autonómica en las formaciones del Consejo de la UE.

## Textstelle (Originalquellen)

núm. 229).<sup>22</sup> 22 De acuerdo con el reglamento interno de la CARCE, los acuerdos por ella adoptados surten efectos<sup>22</sup> desde la adopción por la Conferencia.<sup>23</sup> 23 "Guía de buenas prácticas" para la aplicación del Acuerdo sobre el sistema de representación<sup>23</sup> autonómica en las formaciones del Consejo de la Unión Europea. Adoptada por el Acuerdo de la CARCE<sup>23</sup> de 12 de diciembre de 2006 y presentada y distribuida en la

UE y sobre la participación de las Comunidades Autónomas en los grupos de trabajo del Consejo; y, por otro lado, el Acuerdo sobre el sistema de representación Autonómica en las formaciones del Consejo de la UE<sup>2</sup>. Estos se suman al previo acuerdo de 1997 por el que se abrió a las Comunidades Autónomas la participación en los grupos de la esfera de la

- 124 LA PARTICIPACIÓN DIRECTA DE LAS COM..., 2008, S. 1
- 44 Comunidades Aut nomas y Uni n Europ..., 2005, S. 761

● 31% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

203

ProfNet

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 129

172 [Artículo 39. Gestión colectiva de contrataciones en origen](#). El Ministerio de Trabajo e Inmigración, teniendo en cuenta la situación nacional de empleo, podrá aprobar una previsión anual de las ocupaciones y, en su caso, de las cifras previstas de <sup>172</sup> empleos que se puedan cubrir a [través de la gestión colectiva de contrataciones en origen](#) en un período determinado, a los [que sólo tendrán acceso aquellos que no se hallen o residan en España](#). Asimismo, [podrá establecer un número de visados para búsqueda de empleo en las condiciones que se determinen](#), dirigidos a hijos o nietos de español de origen o a

172 Artículo 39. Gestión colectiva de contrataciones en origen.

## Textstelle (Originalquellen)

la L.O. 2/2009, de <sup>2009</sup> 11 de diciembre, de reforma de la L.O. 4/2000, de 11 de enero, sobre derechos y libertades de los <sup>2009</sup> extranjeros en España y su integración social ("B.O.E." 12 diciembre). Vigencia: 13 diciembre <sup>2009</sup> 2009 <sup>2009</sup> [Artículo 39 Gestión colectiva de contrataciones en origen](#) <sup>2009</sup> 1. El Ministerio de Trabajo e Inmigración, teniendo en cuenta la situación nacional de empleo, <sup>2009</sup> podrá aprobar una previsión anual de las ocupaciones y, en su caso, de

determinada, es la gestión colectiva de la contratación en origen. Ésta consiste en una contratación programada de trabajadores extranjeros. La llamada gestión colectiva la desarrolla [el Ministerio de Trabajo e Inmigración teniendo en cuenta la situación nacional de empleo](#) a partir de la información suministrada por el Servicio Público de Empleo Estatal y las respectivas propuestas de las Comunidades Autónomas, previa consulta a la Comisión Laboral Tripartita

carácter bilateral en el proceso de ordenación de los flujos migratorios viene establecida por la legislación española, según la cual las ofertas de empleo tramitadas a [través de la gestión colectiva de contrataciones en origen](#) se orientan preferentemente a los países con los que España haya firmado acuerdos sobre regulación y ordenación de flujos migratorios <sup>8</sup>. Como se verá en el apartado estadístico

redacción de la LO 14/2003) establece que "el Gobierno podrá aprobar un contingente anual de trabajadores extranjeros teniendo en cuenta la situación nacional de empleo al [que sólo tendrán acceso aquellos que no se hallen o residan en España](#)" y que "En la determinación del número y características de las ofertas de empleo, el Gobierno tendrá en cuenta las propuestas que eleven las comunidades autónomas y

procedimiento particular de gestión. Los "visados para búsqueda de empleo" pueden ir dirigidos, según la LO 14/2003, a hijos o nietos de español de origen. Y "asimismo, el contingente [podrá establecer un número de visados para búsqueda de empleo](#) dirigidos a determinados sectores de actividad u ocupaciones [en las condiciones que se determinen](#)". Estos visados autorizarán a desplazarse al territorio español con la finalidad de buscar trabajo

- 125 Ley Orgánica 4/2000, de 11 de enero..., 2000, S. #P65#Vigencia:
- 126 EMN: Migración Temporal y Circular..., 2010, S.
- 126 EMN: Migración Temporal y Circular..., 2010, S. 21
- 127 Geronimi, Eduardo/Cachón, Lorenzo/T..., 2004, S.

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

204

● 73% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

## Textstelle (Prüfdokument) S. 129

competentes. En la gestión del mismo se actuará coordinadamente con las Comunidades Autónomas competentes para la concesión de la autorización de trabajo inicial. Las ofertas de empleo realizadas a través de este procedimiento se orientarán preferentemente hacia los países con los que España haya firmado acuerdos sobre regulación de flujos migratorios.

## Textstelle (Originalquellen)

la L.O. 2/<sup>2009</sup>, de 11 de diciembre, de reforma de la L.O. 4/2000, de 11 de enero, sobre derechos y libertades de los extranjeros en España y su integración social ("B.O.E." 12 diciembre). Vigencia: 13 diciembre la gestión del mismo se actuará coordinadamente con las Comunidades Autónomas competentes para la concesión de la autorización de trabajo inicial. 3. Las ofertas de empleo realizadas a través de este procedimiento se orientarán preferentemente hacia los países con los que España haya firmado acuerdos sobre regulación de una resolución de la Dirección General de Ordenación de las Migraciones. 36 La LOE dice también que "Las ofertas de empleo realizadas a través del contingente se orientarán preferentemente hacia los países con los que España haya firmado acuerdos sobre regulación de flujos sin perjuicio de la posibilidad de realizar ofertas de empleo nominativas a través de este procedimiento en las condiciones que se determinen". Pero como los empresarios

- 125 Ley Orgánica 4/2000, de 11 de enero..., 2000, S.
- 127 Geronimi, Eduardo/Cachón, Lorenzo/T..., 2004, S.

● 55% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

205

ProfNet

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 138

184 Pluijm van der, R. (2007): "City Diplomacy: The Expanding Role of Cities in International Politics". Netherlands Institute of International Relations. 'Clingendael'. p.14.

## Textstelle (Originalquellen)

forces in challenging times". Common press release. 20 septembre de 2012.  
15th EU-China Summit: Towards a stronger comprehensive strategic partnership. European Union Factsheet. ? VAN DER PLUIJM y MELISSEN J.  
"City Diplomacy: the expanding role of cities in international politics". 2007. Netherlands Institute of International Relations. Clingendael. ? VARIOS AUTORES. "Diplomacia de las ciudades". VNG International. 2008. ? VION A., " Au del de la territorialité : l internationalisation des villes ? Notes sur

- 128 China y la diplomacia p blica urban..., 2007, S. 34

● 0% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

206

**ProfNet**

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 194

reforma del Servicio Exterior, la Asociación Empresarial planteó el que "el fomento de la la defensa de los intereses de las empresas españolas presentes en ellos".

## Textstelle (Originalquellen)

incrementaba la preocupación española frente al riesgo de que los empresarios fueran víctimas de arbitrariedades. Moratinos ha reconocido que una de sus motivaciones principales es la defensa de los intereses de las empresas españolas en Cuba. De hecho, en 2009, logró comprometer a Raúl Castro con el desbloqueo de 300 millones de dólares pertenecientes a compañías españolas que estaban represados en

- 58 Entre la irrelevancia internacional..., 2011, S. 168

● 0% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

207

**ProfNet**

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 219

Empresarial "Instituto Español de Comercio Exterior". Diario de Sesiones del Congreso de los

## Textstelle (Originalquellen)

conservadora de <sup>50</sup> Bush. Acabar con el liberalismo, IN: Política Exterior, núm. 94, 2003, <sup>50</sup> pp. 7-13; REMIRO BROTONS, A., Estados Unidos no se pregunta en <sup>50</sup> qué se equivoca, Política Exterior, núm. 85, 2002, pp. 111-124. <sup>51</sup> 51 Diario de Sesiones del Congreso de los Diputados núm. 227, 18 de <sup>51</sup> febrero de 2003 (disponible en [www.congreso.es](http://www.congreso.es)). En la maratónica <sup>51</sup> sesión parlamentaria de más de nueve horas el

- 129 Iberoamericana Quinceeclesiensis ..., 2006, S. #P753#Iberoamericanas 2000-2004 619

● 0% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

208

**ProfNet**

Institut für Internet-Marketing





## Textstelle (Prüfdokument) S. 223

reestructuración y racionalización del sector público empresarial y fundacional estatal.

## Textstelle (Originalquellen)

Objetivo Restructuración y racionalización del sector público empresarial y fundacional estatal, con el fin de configurar un sector público más reducido, racional y eficiente. Medida El plan de [reestructuración y racionalización del sector público empresarial y fundacional estatal](#) se basa en la extinción y fusión de sociedades mercantiles estatales y fundacionales, y el redimensionamiento de las estructuras organizativas, laborales, de infraestructuras y operativas de las empresas que

- 50 Ministerio de Hacienda: Programa na..., 2012, S. 89

● 8% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

209

**ProfNet**

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 228

del Sistema de Apoyo Financiero a la Internacionalización de la Empresa Española fue el <sup>305</sup> rechazo de las ONGS españolas a la consideración como Ayuda Oficial al Desarrollo (AOD), de <sup>305</sup> los proyectos financiados con cargo al FIEM. Pese a que quien califica qué es y no es AOD es <sup>305</sup> el Comité de Ayuda al Desarrollo de la OCDE, no los Gobiernos, en el articulado final de la Ley

305 El aspecto mas polémico en la tramitación parlamentaria del Proyecto de Ley de Reforma

305 El aspecto mas polémico en la tramitación parlamentaria del Proyecto de Ley de Reforma

305 El aspecto mas polémico en la tramitación parlamentaria del Proyecto de Ley de Reforma

## Textstelle (Originalquellen)

impacto en la generación de deuda en países terceros. II) Estructura de la Ley. En consonancia con lo anterior, se promulga la presente Ley de Reforma del Sistema de Apoyo Financiero a la Internacionalización de la empresa española, que se organiza en dos títulos fundamentales. El primero viene constituido por dos capítulos dirigidos a la creación y regulación del Fondo para la Internacionalización de la

se contabiliza la ayuda pública, ya que es ésta la que corresponde a la definición de Ayuda Oficial al Desarrollo (AOD). Por otro lado, aunque para el Comité de Ayuda al Desarrollo de la OCDE, no deben considerarse como AOD las contribuciones a determinados países de Europa Central, Oriental y de la antigua Unión Soviética, esta ayuda fue contabilizada en su momento por

- 88 BOE: Ley 11/2010, de 28 de junio, d..., 2010, S. 2007
- 130 Progresos y promesas, 2008, S. 67

● 21% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

210

ProfNet

Institut für Internet-Marketing



## Textstelle (Prüfdokument) S. 228

resto de políticas, principalmente, [la complementariedad con la actuación del mercado](#), la

## Textstelle (Originalquellen)

hecho uno de los principios rectores del instrumento, enumerados en el artículo 2 del reglamento. Entre ellos destacan, además de la coherencia de las políticas mencionadas, [la complementariedad con la actuación del mercado](#), la coherencia con el marco normativo internacional y la eficiente utilización de los recursos públicos. De estos principios se derivan rasgos esenciales del FIEM, como su no f

- 2 EL FONDO PARA LA INTERNACIONALIZACI..., 2010, S. #P3#da

● **8%** Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

211

## Textstelle (Prüfdokument) S. 256

**bilateral)** La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral). <sup>1</sup> Fuente: elaboración propia a partir datos MINECO. <sup>1</sup> En la **tabla 1 se puede observar que existe correlación positiva muy fuerte entre las Exportaciones y las Importaciones; así como una correlación alta también <sup>1</sup> para la Inversión Emitida**. **Ello implica que cuanto más se importa de China y cuanto más grande sea la Inversión española en China, aumentarán las <sup>1</sup> Exportaciones hacia China. Para la Inversión recibida se encuentra una fuerte**

1  
1  
1  
1

## Textstelle (Originalquellen)

Correlation Sig. (2-tailed) N Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N C.GRALES C.ESPEC E.PSICOL EDD360 C. GRALES C.ESPEC E.PSICOL EDD360 \*\*. La correlación es significativa al nivel 0.01 (**bilateral**). \* **La correlación es significativa al nivel 0.05 (bilateral)**.  
La tabla anterior muestra resultados muy interesantes, ya que se corroboran datos que en los resultados de las evaluaciones no se pudieron detectar claramente. Con

China El estudio de la correlación lineal existente entre las exportaciones, las importaciones, la inversión emitida y la recibida se incluye en la Tabla 1. En dicha **Tabla se puede observar que existe correlación positiva muy fuerte entre las exportaciones y las importaciones; así como una correlación alta también para la inversión emitida** con las exportaciones. **Ello implica que cuanto más se importa de China y cuanto más grande sea la inversión espa-** f BOLETÍN ECONÓMICO DE ICE N 3031 DEL 16 AL 30 DE SEPTIEMBRE DE 2012 27 Co la bo ra ci on es LA DIPLOMACIA ECONÓMICA

DE SEPTIEMBRE DE 2012 27 Co la bo ra ci on es LA DIPLOMACIA ECONÓMICA DE LOS PLANES INTEGRALES DE DESARROLLO DE MERCADO ñola **en China**, aumentarán las **exportaciones haciaChina. Para la inversión recibida se encuentra una fuerte** correlación positiva también con la inversión emitida, sin embargo, ahora no se ve reflejado que al aumentar las importaciones aumente la inversión recibida. La afirmación

- 131 SOCORRO MOYADO FLORES, 2010, S. 3
- 4 Sanchez, Pedro: /Fernández-Vega, Juan Padilla: LA D..., 2012, S. 4
- 4 Sanchez, Pedro: /Fernández-Vega, Juan Padilla: LA D..., 2012, S.

● 16% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService  
Prüfbericht  
831713  
14.12.2018  
212

## Textstelle (Prüfdokument) S. 309

418 Saner R. y Lichia Y. (2001): "**International Economic Diplomacy. Mutations in Post-Moderns Times**". Netherlands Institute of International Relations 'Clingendael'.

## Textstelle (Originalquellen)

Logic of Two Level Games". International Organization, Vol. 42. Ruggie, J.G. "International Regimes, Transactions and Change; Embedded Liberalism in the Postwar Economic Order", 1982. International Organization, Vol.36. Saner, R. y Yiu, L. D.P. "**International Economic Diplomacy: Mutations in Post- Modern Times**", 2QQ1. Netherlands Institute of International Relations 'Clingendael', ISSN 1569-2981. Scholte, J.A. "Globalisation, Governance and Corporate Citizenship" The Journal of Corporate Citizenship, 2000. Subdirección General de Análisis y Estrategia del MITYC. "

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Ceped..., 2011, S. 13

● 1% Einzelplagiatswahrscheinlichkeit

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

213



**ProfNet**

Institut für Internet-Marketing

# Quellenverzeichnis

- 1 Sanchez, Pedro: /Fernández Vega, Juan Padilla/Cepeda Gonzáles: Innovaciones en la Diplomacia Económica Española. Los Planes Integrales de Desarrollo de Mercado , 2011  
<http://www.abc.es/gestordocumental/uploads/nacional/articulo-sanchez-padilla-cepeda.pdf>  
Worte: 1.859 (von 76.781) = 3 %
- 2 EL FONDO PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA Empresa, 2010  
[http://www.revistasice.com/CachePDF/BICE\\_3011\\_3-16\\_23B369CDA4BE34B29C7D889D552FCDA2.pdf](http://www.revistasice.com/CachePDF/BICE_3011_3-16_23B369CDA4BE34B29C7D889D552FCDA2.pdf)
- 3 PENSAMIENTO PROPIO, 2004  
<https://docplayer.es/77023576-20-julio-diciembre-2004-ano-9.html>
- 4 Sanchez, Pedro: /Fernández-Vega, Juan Padilla: LA DIPLOMACIA ECONÓMICA DE LOS PLANES INTEGRALES DE DESARROLLO DE MERCADO, 2012  
[https://documentop.com/cubierta-bice-3031-septiembre-2012n-revistas-ice\\_5a188a8a1723dd754ce96991.html](https://documentop.com/cubierta-bice-3031-septiembre-2012n-revistas-ice_5a188a8a1723dd754ce96991.html)
- 5 Rodríguez, Constantino Cordal: La patición de las regiones en el proceso de toma de desiones del al Unión Europea, 2005  
<http://biblioteca.ucm.es/BUCM/tesis/cps/ucm-t27701.pdf>
- 6 Ministerio de la Presidencia: Seis Meses de Gobierno. Reformar para Crecer, 2012  
<http://www.lamoncloa.gob.es/documents/seismesesdegobierno.pdf>
- 7 La cooperación financiera en Espana, 2011  
[https://documentop.com/la-cooperacion-financiera-en-espaa-plataforma-2015-y-mas\\_5a4f35271723ddd215ba38b9](https://documentop.com/la-cooperacion-financiera-en-espaa-plataforma-2015-y-mas_5a4f35271723ddd215ba38b9)
- 8 CCOO: gs gaceta sindical, 2007  
<http://www.ccoo.es/301f8e2da6b0bb46807b55c53b80530b000001.pdf>
- 9 FEMP: La Cooperación para el Desarrollo del los Gobiernos Locales, 2011  
<http://femp.femp.es/files/566-1077-archivo/ManualdeCooperaci%C3%B3nFEMP2011.pdf>
- 10 García Rebollar, Antonio: Notas sobre diplomacia económica, 2010  
[http://www.revistasice.com/cachepdf/BICE\\_3000\\_23-34\\_926CFC3CCB90328D3DD9FC0CF5EAD18A.pdf](http://www.revistasice.com/cachepdf/BICE_3000_23-34_926CFC3CCB90328D3DD9FC0CF5EAD18A.pdf)
- 11 Ocaña, Carlos/Sanchez, Pedro: La nueva diplomacia economica Española, 2010  
<http://www.elmundo.es/espana/2018/09/13/5b9975e6e5fdea26578b462e.html>
- 12 Kölling, Mario: La cooperación económica y las regiones, 2006  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5768472.pdf>
- 13 Cuadernos Europeos de Deusto, 2007  
<http://www.deusto-publicaciones.es/deusto/pdfs/revistas/revistas27.pdf>
- 14 La base de datos C-interreg sobre el comercio interregional de bienes en Espaa: m todo y primeros resultados (1995-2006), 2009  
[https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/667927/ComercioInterregional\\_Llano\\_Ekonomiaz\\_2008.pdf](https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/667927/ComercioInterregional_Llano_Ekonomiaz_2008.pdf)

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

214

# Quellenverzeichnis

- 15 Planeamiento versus desiderium. Sostenibilidad de la obtención de capacidades militares, 2009  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3238647.pdf>
- 16 Actualización del Programa de Estabilidad, 2012  
<http://personal.us.es/josemgomez/documentos/ACTUALIZ2016.pdf>
- 17 REGLAMENTOS DE LAS CONFERENCIAS SECTORIALES, 2012  
[http://www.izenpe.eus/s15-4812/es/contenidos/informacion/bibl\\_digital/es\\_documento/adjuntos/REGLAMENTOS\\_DE](http://www.izenpe.eus/s15-4812/es/contenidos/informacion/bibl_digital/es_documento/adjuntos/REGLAMENTOS_DE)
- 18 Reglamento interno del carue texto conasolidado, 2001  
[http://www.seat.mpr.gob.es/dam/es/portal/areas/politica\\_autonomica/participacion-ccaa-eu/ccaa\\_y\\_ue/CARUE/](http://www.seat.mpr.gob.es/dam/es/portal/areas/politica_autonomica/participacion-ccaa-eu/ccaa_y_ue/CARUE/)
- 19 Administración del Estado, 1992  
[http://www.elpuertodesantamaria.es/pub/tablon/dic10/BOP235\\_MODIF\\_MODELO.pdf](http://www.elpuertodesantamaria.es/pub/tablon/dic10/BOP235_MODIF_MODELO.pdf)
- 20 La desigualdad de género en el sistema público de pensiones: el caso de España, 2011  
[http://www.revistasice.com/CachePDF/ICE\\_859\\_119-140\\_\\_885443446B20EB322505DDB2798BB7B6.pdf](http://www.revistasice.com/CachePDF/ICE_859_119-140__885443446B20EB322505DDB2798BB7B6.pdf)
- 21 Estrategias y Plan de Internacionalización, 2011  
<https://static.eoi.es/savia/documents/componente67014.pdf>
- 22 CEC Confederación de empresarios de Castellón: La CEC reclamó en Bruselas la urgente construcción del Corredor Mediterráneo, 2011  
<http://www.infocec.es/archivos/pdf/CEC-Enero-11.pdf>
- 23 Evaluación intermedia del III Plan Director de la Cooperación, 2012  
<http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/SalaDePrensa/Multimedia/Publicaciones/Documents/Cooperacion/Evaluacion>
- 24 La cooperación al desarrollo española como factor de empoderamiento de la sociedad civil y las instituciones, 2008  
[http://www.recp.es/uploads/files/congresos/congreso\\_08/area7/GT-23/RUIZ-SUSANA.pdf](http://www.recp.es/uploads/files/congresos/congreso_08/area7/GT-23/RUIZ-SUSANA.pdf)
- 25 cultura para la esperanza - Acción Cultural Cristiana, 2007  
<http://www.accionculturalcristiana.org/html/revista/r65/cpe65.pdf>
- 26 I. Disposiciones Generales - Diario Oficial de Extremadura - Junta de, 2003  
<http://doe.juntaex.es/pdfs/doe/2003/330o/03010001.pdf>
- 27 Plan Anual de Cooperación Internacional - CCOO, 2011  
<http://www.ccoo.es/19092b77fb7c45762ac29fec5cdba5e600001.pdf>
- 28 Ruiz Seisdedos, Susana: La política de cooperación al desarrollo descentralizada en Andalucía. La experiencia local (1999-2003), 2007  
<http://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/1497/16667128.pdf>
- 29 BOE: Ministerio de Política Territorial, 2009  
<https://www.boe.es/boe/dias/2009/12/19/pdfs/BOE-A-2009-20388.pdf>

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

215

# Quellenverzeichnis

- 30 Apaza, Carmen: Estudio comparativo, 2011  
<https://www.oas.org/es/sap/docs/dgpe/estudiocomparativo2011.pdf>
- 31 Ruiz González, José Gabriel: La cooperación intergubernamental en el Estado autonómico, 2012  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3937835.pdf>
- 32 Libro España 2013.indb - Ministerio de Asuntos Exteriores y de, 2011  
[http://www.exteriores.gob.es/embajadas/beirut/es/embajada/documents/espana\\_hoy\\_2013.pdf](http://www.exteriores.gob.es/embajadas/beirut/es/embajada/documents/espana_hoy_2013.pdf)
- 33 Cronología de la política exterior española, 2009  
[https://www.cidob.org/content/download/15708/116287/file/28\\_crono\\_esp\\_cast.pdf](https://www.cidob.org/content/download/15708/116287/file/28_crono_esp_cast.pdf)
- 34 EL ESPACIO EUROLATINOAMERICANO (1992-2007) UNA ESTRATEGIA EFECTIVA DE LA POLÍTICA EXTERIOR COMÚN HACIA AMÉRICA LATINA., 2008  
<http://eprints.ucm.es/7743/1/T29999.pdf>
- 35 Gobernanza multinivel y gestión de los fondos estructurales en Andalucía. Realidad o quimera, 2010  
<https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/70239/Gobernanza%20multinivel%20Y%20Gestion%20....pdf>
- 36 Los riesgos de una relevancia excesiva de la competitividad para el proceso de integración europea: una mirada crítica a la Estrategia de Lisboa, 2009  
[http://www.eurobasque.eus/wp-content/uploads/2015/05/libros/1\\_Universitas\\_2009.pdf](http://www.eurobasque.eus/wp-content/uploads/2015/05/libros/1_Universitas_2009.pdf)
- 37 Acuicultura, 2007  
[http://www.redr.es/recursos/doc/BOLETINES/EUROPEO/1020387848\\_77200991853.pdf](http://www.redr.es/recursos/doc/BOLETINES/EUROPEO/1020387848_77200991853.pdf)
- 38 López Ramón, Fernando: Observatorio de Políticas Ambientales 2012, 2012  
[http://www.actualidadjuridicaambiental.com/wp-content/uploads/2010/06/10\\_OPAM-12.pdf](http://www.actualidadjuridicaambiental.com/wp-content/uploads/2010/06/10_OPAM-12.pdf)
- 39 La Marca Canarias en Europa. La Ultraperiferia como distintivo de una exitosa estrategia política de comunicación, 2012  
[https://www.ull.es/publicaciones/latina/12SLCS/2012\\_actas/167\\_Tunon.pdf](https://www.ull.es/publicaciones/latina/12SLCS/2012_actas/167_Tunon.pdf)
- 40 Crónica de actualidad de Derecho internacional privado: Julio-diciembre 2010, 2011  
[http://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/10651/44417/1/REEIE2011\\_JimenezP.pdf](http://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/10651/44417/1/REEIE2011_JimenezP.pdf)
- 41 Gobierno de Aragón: Participación de Aragón y las administraciones locales en Europa, 2006  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5768681.pdf>
- 42 J. Nuevos roles de los Parlamentos autonómicos en la integración europea tras las reformas estatutarias, 2009  
<http://www.asambleamadrid.es/RevistasAsamblea/R.20.%20Javier%20Guillem%20Carrau.pdf>
- 43 Consejo de estado: Informe sobre modificaciones de la constitución española, 2006  
<http://www.consejo-estado.es/pdf/modificaciones%20constitucion%20esp.pdf>
- 44 Comunidades Autónomas y Unión Europea: hacia una mejora de la participación directa de las Comunidades Autónomas en el proceso decisorio comunitario, 2005  
[http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/100051/Martin%20y%20Perez%20Nanclares\\_Comunidades%2](http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/100051/Martin%20y%20Perez%20Nanclares_Comunidades%2)

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

216



# Quellenverzeichnis

- 45 Las reformas del estado autonómico Español: Un primer balance de urgencia, 2008  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5764491.pdf>
- 46 La política de admisión de extranjeros inmigrantes en el derecho español y sus repercusiones socio-políticas. Una expresión de la cultura del control y de la..., 2009  
<http://digibug.ugr.es/bitstream/10481/2141/1/17806963.pdf>
- 47 Hernando de Larramendi, M., y Ma Estrada, A.(eds.), La política exterior de España hacia el Magreb, 2012  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3786717.pdf>
- 48 Política cultural del gobierno español en el exterior (2000-2004), 2007  
[http://www.soymenos.net/politica\\_pp.pdf](http://www.soymenos.net/politica_pp.pdf)
- 49 La concertación y el diálogo social en España: 1977-2007, 2009  
[http://www.empleo.gob.es/es/publica/pub\\_electronicas/destacadas/revista/numeros/81/41.pdf](http://www.empleo.gob.es/es/publica/pub_electronicas/destacadas/revista/numeros/81/41.pdf)
- 50 Ministerio de Hacienda: Programa nacional de reformas 2012, 2012  
[http://www.hacienda.gob.es/Documentacion/Publico/CDI/ProgramaNacionaldeReformas/PNR\\_2012.pdf](http://www.hacienda.gob.es/Documentacion/Publico/CDI/ProgramaNacionaldeReformas/PNR_2012.pdf)
- 51 Los derechos de los aragoneses en relación con el agua, 2007  
<https://docplayer.es/71633629-Los-derechos-de-los-aragoneses-en-relacion-con-el-agua.html>
- 52 El Sistema Europeo de Cuentas (SEC 95) en el contexto de la Ley Orgánica de Estabilidad Presupuestaria y Sostenibilidad Financiera, 2012  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4094678.pdf>
- 53 Los parlamentos regionales en la construcción europea como instancia legislativa más próxima a los ciudadanos, 2005  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5771845.pdf>
- 54 el caso de Sevilla - Publicacions IEC, 2009  
<https://publicacions.iec.cat/repository/pdf/00000072/00000082.pdf>
- 55 Paisajes devastados. Después del ciclo inmobiliario, 1975  
<http://www.eticity.it/wp-content/uploads/2014/09/Paisajes-Devastados-TdS.pdf>
- 56 Presencia de mujeres y políticas para la igualdad entre los sexos: el caso de las instituciones políticas vascas (1980-1994), 1995  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/27336.pdf>
- 57 EL IMPACTO DEL DEPORTE EN LA ECONOMÍA: PROBLEMAS DE MEDICIÓN, 2003  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1126028>
- 58 Entre la irrelevancia internacional y el aprendizaje institucional: La presidencia española de la Unión Europea (2010), 2011  
<http://normcon.eu/wp-content/uploads/2017/03/barbe3a9-2010-entre-la-irrelevancia-internacional-y-el-apren>

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

217

# Quellenverzeichnis

- 59 Álvarez Calzada, Óscar: Claves de la Economía Española. Retos y oportunidades, 2012  
<https://okdiario.com/investigacion/2018/10/18/alto-cargo-del-gobierno-zapatero-plagio-capitulo-tesis-fake>
- 60 V Congreso Internacional de Trans disciplinariedad, Complejidad y Ecoformación, 2012  
[https://www.researchgate.net/profile/Lizeth\\_Reyes-Ruiz/publication/281641375\\_Construccion\\_de\\_ideas\\_de\\_pod](https://www.researchgate.net/profile/Lizeth_Reyes-Ruiz/publication/281641375_Construccion_de_ideas_de_pod)
- 61 La satisfacción del crédito por transferencia de la propiedad del bien hipotecado a la entidad acreedora: elementos para el debate, 2011  
[http://www.cuatrecasas.com/media\\_repository/docs/esp/la\\_satisfaccion\\_del\\_credito\\_por\\_transferencia\\_de\\_la](http://www.cuatrecasas.com/media_repository/docs/esp/la_satisfaccion_del_credito_por_transferencia_de_la)
- 62 La economía española: el dragón europeo en flujos de energía, materiales y huella ecológica, 1955-1995, 2002  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/269184.pdf>
- 63 La estrategia de apoyo a la internacionalización de la empresa en un mundo globalizado, 2005  
[http://www.revistasice.com/cache/pdf/ice\\_826\\_409-424\\_370d6ed25b759d3f7c0738800e842d4c.pdf](http://www.revistasice.com/cache/pdf/ice_826_409-424_370d6ed25b759d3f7c0738800e842d4c.pdf)
- 64 ICE: El sector exterior en 2011, Núm. 3030 Del 1 al 15 de septiembre de 20 de 2012, 2012  
<http://www.revistasice.info/es-ES/SICE/PDF/El%20sector%20exterior%20en%202011/Completo%20para%20la%20WEB>
- 65 economía, trabajo y sociedad memoria sobre la situación, 2008  
[http://www.ces.es/documents/10180/1692373/Memoria\\_2013.pdf](http://www.ces.es/documents/10180/1692373/Memoria_2013.pdf)
- 66 Presidencia del Gobierno: Informe Económico del Presidente del Gobierno 2010, 2010  
[http://www.cronicadearagon.es/wp-content/uploads/2011/01/2011-01-12\\_ZP-informeDOC.pdf](http://www.cronicadearagon.es/wp-content/uploads/2011/01/2011-01-12_ZP-informeDOC.pdf)
- 67 Programa operativo FEDER de Andalucía 2007-2013. Programa operativo inicial (2007), 2007  
[http://www.dgfc.sggp.meh.es/sitios/dgfc/es-ES/ipr/fcp0713/p/por/Documents/POAndalucia\\_2013.pdf](http://www.dgfc.sggp.meh.es/sitios/dgfc/es-ES/ipr/fcp0713/p/por/Documents/POAndalucia_2013.pdf)
- 68 El cooperativismo: Una fórmula para superar la crisis. Estrategias cooperativas agroalimentarias para el siglo XXI, en Europa y España, 2012  
[http://cederul.unizar.es/revista\\_desarrollo/14/RDRCA14.pdf](http://cederul.unizar.es/revista_desarrollo/14/RDRCA14.pdf)
- 69 El Banco Mundial y la política española de cooperación al desarrollo, 2000  
<https://core.ac.uk/download/pdf/42950357.pdf>
- 70 Disposición 8672 del BOE núm. 155 de 2012 - BOE.es, 2012  
[https://documentop.com/disposicion-8672-del-boe-num-155-de-2012-boees\\_5a25a4e21723dd6ed2fcd3e5.html](https://documentop.com/disposicion-8672-del-boe-num-155-de-2012-boees_5a25a4e21723dd6ed2fcd3e5.html)
- 71 Ministerio de Defensa: Revista Española de Derecho Militar, 2012  
[https://publicaciones.defensa.gob.es/media/downloadable/files/links/R/E/REVISTAS\\_PDF3383.pdf](https://publicaciones.defensa.gob.es/media/downloadable/files/links/R/E/REVISTAS_PDF3383.pdf)
- 72 Funcionarios del Ministerio del Interior en el Exterior, especialmente en las embajadas, 2008  
<https://www.ceibcn.com/jdownloads/funcionarios.pdf>
- 73 Disenso y adversidad: la política exterior y de seguridad de España en 2005, 2006  
<https://www.raco.cat/index.php/AnuarioCIDOB/article/download/42620/43510>

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

218

# Quellenverzeichnis

- 74 La Administraci n Exterior Espa ola en la actualidad: problem tica y v as de soluci n, 2011  
[https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/21331/1/ADI\\_XI\\_1995\\_06.pdf](https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/21331/1/ADI_XI_1995_06.pdf)
- 75 BOE, Núm. 220, Miércoles 12 de septiembre de 2012, 2012  
[https://www.vialibre-ffe.com/PDF/BOE\\_12-9-2012.pdf](https://www.vialibre-ffe.com/PDF/BOE_12-9-2012.pdf)
- 76 Negociaciones financieras en la Uni n Europea: actores e instituciones Las perspectivas financieras 2007-2013, 2009  
<https://invenio2.unizar.es/record/4498/files/TESIS-2010-003.pdf>
- 77 Ayuntamiento de Paterna, 2011  
<http://www.paterna.es:88/secretaria/c/sec/actas/2011/pleno/ACTP110228.pdf>
- 78 Amador F. Enseñat y Berea A QUÉ RESPONDEN LAS ESTRATEGIAS DE SEGURIDAD NACIONAL, 2012  
[http://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs\\_opinion/2012/DIEEE031-2012EstrategiasSegNac\\_A.Ensenat.pdf](http://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs_opinion/2012/DIEEE031-2012EstrategiasSegNac_A.Ensenat.pdf)
- 79 Produce, 2010  
[http://www.mapama.gob.es/es/ceneam/carpeta-informativa-del-ceneam/numeros-anteriores/carpeta\\_marzo2010\\_tc](http://www.mapama.gob.es/es/ceneam/carpeta-informativa-del-ceneam/numeros-anteriores/carpeta_marzo2010_tc)
- 80 Determinantes de la estrategia de expansi n internacional de las franquicias espa olas1, 2012  
[https://www.esic.es/documentos/revistas/esicmk/121011\\_161140\\_E.pdf](https://www.esic.es/documentos/revistas/esicmk/121011_161140_E.pdf)
- 81 Sanz, Jesús Grazia/Sánchez-Bayón, Antonio/Pazos Seoane, Marta: Los Efectos de la Crisis y el Futuro de la Sociedad del Bienestar, 2012  
<http://www.asepelt.org/ficheros/File/Anales/2012%20-%20Madrid/anales-2012.pdf>
- 82 Real Decreto-ley 20/2012, de 13 de julio, 2012  
[http://www.portaldocomerciante.gal/imagenes/articulos/files/RDL\\_de\\_mod\\_71996.pdf](http://www.portaldocomerciante.gal/imagenes/articulos/files/RDL_de_mod_71996.pdf)
- 83 Hacia un Sistema Espa ol de Inteligencia para la seguridad econ mica y la competitividad., 2012  
[https://www.researchgate.net/profile/Ruben\\_Arcos/publication/276044439\\_Hacia\\_un\\_Sistema\\_Espanol\\_de\\_Inteli](https://www.researchgate.net/profile/Ruben_Arcos/publication/276044439_Hacia_un_Sistema_Espanol_de_Inteli)
- 84 El sector exterior en 2008, Núm. 2967 Del 16 al 30 de junio de 2009, 2009  
<http://www.revistasice.info/es-ES/SICE/PDF/Sector%20Exterior%202008/SectorExterior2008.pdf>
- 85 Principales hitos normativos del segundo trimestre de 2011, 2011  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3728652.pdf>
- 86 BOE, Núm. 72, Sábado 24 de marzo de 2012, 2012  
<https://www.boe.es/boe/dias/2012/03/24/pdfs/BOE-A-2012-4093.pdf>
- 87 ICO: Informe Anual 2012, 2012  
<https://www.ico.es/documents/19/50644/INFORME+ANUAL+ICO+2012.pdf/356a21b8-2f32-4a96-90a9-d51399535404>
- 88 BOE: Ley 11/2010, de 28 de junio, de reforma del sistema de apoyo financiero a la internacionalización de la empresa española., 2010  
<https://boe.gob.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2010-10313>

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

219

# Quellenverzeichnis

- 89 Cátedra Nebrija Santander: México. Un destino natural y estratégico, 2012  
[https://www.researchgate.net/profile/Carlos\\_Poza/publication/260405689\\_Una\\_radiografia\\_de\\_la\\_empresa\\_espa](https://www.researchgate.net/profile/Carlos_Poza/publication/260405689_Una_radiografia_de_la_empresa_espa)
- 90 La competitividad de las manufacturas españolas respecto a la UE-15 antes del euro, 2006  
[http://www.revistasice.com/cache/pdf/bice\\_2896\\_27-46\\_76afa7dae1728cf14ed314c5266656b9.pdf](http://www.revistasice.com/cache/pdf/bice_2896_27-46_76afa7dae1728cf14ed314c5266656b9.pdf)
- 91 Serie Unión Europea, 2007  
<https://core.ac.uk/download/pdf/62850235.pdf>
- 92 En esta imagen se pueden ver tres puntos de la nota oficial del Consejo de Ministros, 2010  
<https://www.abc.es/espana/abci-plagio-pedro-sanchez-libro-nota-prensa-textual-consejo-ministros-201809202>
- 93 Ministerio de Economía y Competitividad: Memoria de actividad del fondo para la internacionalización de la empresa FIEM 2012, 2012  
<http://www.comercio.gob.es/es-ES/comercio-exterior/instrumentos-apoyo/instrumentos-financieros-apoyo/financiera>
- 94 alfa, 2011  
<https://www.csn.es/images/stories/publicaciones/periodicas/alfa/alfa13ok.pdf>
- 95 Disposición 16467 del BOE n.º m. 253 de 2011 - La Autoridad, 2011  
<https://www.valenciaport.com/wp-content/uploads/2016/12/BOE-disposicion-16467.pdf>
- 96 Sanahuja, José Antonio: Iberoamérica en la política española de cooperación al desarrollo. Los dilemas entre las identidades, los valores y los intereses, 2010  
[https://www.researchgate.net/profile/Jose\\_Antonio\\_Sanahuja/publication/301693694\\_Iberoamerica\\_en\\_la\\_politica](https://www.researchgate.net/profile/Jose_Antonio_Sanahuja/publication/301693694_Iberoamerica_en_la_politica)
- 97 Mapa de las inversiones de impacto en España, 2012  
<http://www.compromisoytransparencia.es/upload/05/59/InformeInversiones.pdf>
- 98 La internacionalización de las empresas españolas: hitos y retos, 2007  
<http://www.oecd.org/dev/40880161.pdf>
- 99 Juan Padilla/María Isabel Cepeda González/u.a.: Innovaciones en La Diplomacia Económica Los Planes Integrales de Desarrollo de Mercado, 2012  
<https://okdiario.com/espana/2018/09/14/sanchez-plagio-articulos-redactados-miembro-del-tribunal-no-cito-t>
- 100 La nueva política industrial española: innovación, economías externas y productividad, 2007  
<http://www.mincotur.gob.es/Publicaciones/OtrasPublicaciones/20politindesp.pdf>
- 101 Salinas Jiménez, Javier: Gasto público y productividad. Algunas consideraciones sobre el Programa Nacional de Reformas de España en el marco de la Estrategia de Lisboa, 2006  
[https://www.researchgate.net/profile/Javier\\_Salinas-Jimenez/publication/238638557\\_Gasto\\_publico\\_y\\_productividad](https://www.researchgate.net/profile/Javier_Salinas-Jimenez/publication/238638557_Gasto_publico_y_productividad)
- 102 El empleo en la renovada Estrategia de Lisboa y las medidas laborales del Programa Nacional de Reformas de España, 2002  
[http://www.empleo.gob.es/es/publica/pub\\_electronicas/destacadas/revista/numeros/72/est02.pdf](http://www.empleo.gob.es/es/publica/pub_electronicas/destacadas/revista/numeros/72/est02.pdf)

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

220

ProfNet

Institut für Internet-Marketing



# Quellenverzeichnis

- 103 La Historia (2017), 2012  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/libro/711899.pdf>
- 104 La diplomacia corporativa, o el arte de las decisiones compartidas, 2011  
<http://www.jmrentabiliza.com/La%20diplomacia%20corporativa,%20o%20el%20arte%20de%20las%20decisiones%20com>
- 105 La diplomacia económica como eje de la política exterior española, 2010  
<http://www.spain-australia.org/files/documentos/4-5.pdf>
- 106 La integración y la cooperación en las estrategias de marketing relacional: el caso del sector hotelero internacional, 2006  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/1465583.pdf>
- 107 EL FORO DE MARCAS RENOMBRADAS ESPAÑOLAS, UNA EXPERIENCIA PARA LA COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL, 2010  
<https://docplayer.es/4085425-El-foro-de-marcas-renombradas-espanolas-una-experiencia-para-la-competitividad>
- 108 La marca país como ventaja competitiva. El valor de la marca España, 2002  
[http://www.revistasice.info/cache/pdf/ice\\_799\\_101-113\\_daed5e494a469a1f7a437aff74e9d50d.pdf](http://www.revistasice.info/cache/pdf/ice_799_101-113_daed5e494a469a1f7a437aff74e9d50d.pdf)
- 109 EL PODER BLANDO DE LA MARCA-PAÍS: DEL MARKETING A LA DIPLOMACIA PÚBLICA, 2012  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4125614.pdf>
- 110 La imagen de los productos españoles en los mercados internacionales, 2008  
[https://www.researchgate.net/profile/Matilde\\_Perez2/publication/5090532\\_La\\_imagen\\_de\\_los\\_productos\\_espanoles](https://www.researchgate.net/profile/Matilde_Perez2/publication/5090532_La_imagen_de_los_productos_espanoles)
- 111 LA ESTRATEGIA MARCA PAÍS EN LA SOCIEDAD INFORMACIONAL: LOS CASOS DE ESPAÑA Y ECUADOR, 2008  
<http://antropologiadelconsumidor.blogspot.com/2009/12/la-estrategia-marca-pais-en-la-sociedad.html>
- 112 Responsabilidad Social de las Empresas, 2007  
<https://www.fundacioncarolina.es/wp-content/uploads/2014/08/DT7.pdf>
- 113 informe Proyecto Marca España, 2003  
<https://docplayer.es/2668502-Informe-proyecto-marca-espana.html>
- 114 Marca País: Estrategia obligatoria para España, 2012  
<http://www.directivoscede.com/sites/default/files/document/conocimiento/22-04-2013/0000005070.pdf>
- 115 Julio Cerviño Jaime Rivera LA GLOBALIZACIÓN DE LAS MARCAS ESPAÑOLAS: LIDERAZGO Y NOTORIEDAD INTERNACIONAL, 2007  
[https://www.researchgate.net/profile/Julio\\_Cervino/publication/28202333\\_La\\_globalizacion\\_de\\_las\\_marcas\\_es](https://www.researchgate.net/profile/Julio_Cervino/publication/28202333_La_globalizacion_de_las_marcas_es)
- 116 Retos de nuestra acción exterior: Diplomacia Pública y Marca España, 2010  
<http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/Ministerio/EscuelaDiplomatica/Documents/COLECCION%20ESCUELA%20DIPLOMACIA>
- 117 Iglesias Onofrio, Marcela: La Estrategia Marca País en la sociedad informacional los casos de España y Ecuador, 2008  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2719256.pdf>
- 118 El posicionamiento estratégico de la marca España, 2009  
[https://circulodeempresarios.org/app/uploads/2016/03/a715ee18bfac998d56eedb0bcaaa48e\\_1.pdf](https://circulodeempresarios.org/app/uploads/2016/03/a715ee18bfac998d56eedb0bcaaa48e_1.pdf)

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

221

# Quellenverzeichnis

PlagiatService

Prüfbericht

831713

14.12.2018

222

- 119 Las administraciones independientes de regulaci n y supervisi n en Espa a, 2005  
<http://www.redalyc.org/pdf/825/82510912.pdf>
- 120 Sebastián, Miguel: La estrategia Made in/Made by Spain, 2009  
<https://okdiario.com/espana/2018/09/18/sanchez-tambien-plagio-tesis-power-point-del-ministro-sebastian-pl>
- 121 Pascual Pons, Carlos: La Exposición Universal de Shanghai 2010, 2010  
[http://www.revistasice.com/cache/pdf/BICE\\_2994\\_24-34\\_758C45491E5D72450ADBE3FDEDD18027.pdf](http://www.revistasice.com/cache/pdf/BICE_2994_24-34_758C45491E5D72450ADBE3FDEDD18027.pdf)
- 122 Sostenibilidad en España 2007, 2010  
[https://www.researchgate.net/profile/Alexandra\\_Delgado\\_Jimenez/publication/301302385\\_Sostenibilidad\\_en\\_Es](https://www.researchgate.net/profile/Alexandra_Delgado_Jimenez/publication/301302385_Sostenibilidad_en_Es)
- 123 GESTI N DE LAS POL TICAS P BLICAS DE INTEGRACI N DE INMIGRANTES Propuestas para un nuevo modelo de cooperaci n interadministrativa, 2012  
[https://www.researchgate.net/profile/Laura\\_Garcia\\_Juan2/publication/305465320\\_Gestion\\_de\\_las\\_politicas\\_pu](https://www.researchgate.net/profile/Laura_Garcia_Juan2/publication/305465320_Gestion_de_las_politicas_pu)
- 124 LA PARTICIPACIÓN DIRECTA DE LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS EN EL CONSEJO DE LA UNIÓN EUROPEA. ATENCIÓN ESPECIAL A CATALUÑA , 2008  
<https://docplayer.es/20869886-La-participacion-directa-de-las-comunidades-autonomas-en-el-consejo-de-la-u>
- 125 Ley Orgánica 4/2000, de 11 de enero, sobre derechos y libertades de los extranjeros en España y su integración social, 2000  
[http://nadiesinfuturo.org/IMG/pdf/98\\_Ley\\_Organica\\_4-2000\\_ACTUALIZADA\\_A\\_2013-3.pdf](http://nadiesinfuturo.org/IMG/pdf/98_Ley_Organica_4-2000_ACTUALIZADA_A_2013-3.pdf)
- 126 EMN: Migración Temporal y Circular. Evidencia empírica, políticas actuales y opciones futuras en España, 2010  
[http://extranjeros.empleo.gob.es/es/redeuropeamigracion/Estudios\\_monograficos/ficheros/EMN-ES-Migracion-C](http://extranjeros.empleo.gob.es/es/redeuropeamigracion/Estudios_monograficos/ficheros/EMN-ES-Migracion-C)
- 127 Geronimi, Eduardo/Cachón, Lorenzo/TeXidó, Ezequiel: Acuerdos bilaterales de migración de mano de obra. Estudio de casos , 2004  
<http://rialnet.org/sites/default/files/AcuerdosBilaterales-OIT2004.pdf>
- 128 China y la diplomacia p blica urbana: caracterizaci n a partir del caso de las, 2007  
[http://www.asiared.com/es/downloads2/14\\_3s\\_ignacio\\_nino\\_perez.pdf](http://www.asiared.com/es/downloads2/14_3s_ignacio_nino_perez.pdf)
- 129 Iberoamericana Quinceeclesiensis 4. - Pcsi Tudom nyegyetem, 2006  
<http://www.idi.btk.pte.hu/dokumentumok/ibero2006.pdf>
- 130 Progresos y promesas, 2008  
[http://alboan.efaber.net/ebooks/0000/0456/12\\_GRU\\_PRO.pdf](http://alboan.efaber.net/ebooks/0000/0456/12_GRU_PRO.pdf)
- 131 SOCORRO MOYADO FLORES, 2010  
<http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2010/smf/smf.pdf>

ProfNet

Institut für Internet-Marketing



# Glossar

- **Ampel**

Entsprechend der Gesamtwahrscheinlichkeit wird ein Rating der Schwere durch die Ampelfarbe berechnet: grün (bis 19 %) = wenige Indizien unterhalb der Bagatellschwelle; gelb (20 bis 49 %) - deutliche Indizien enthalten, die eine Plagiatsbegutachtung durch den Prüfer notwendig machen; rot (ab 50 %) = Plagiate liegen mit sehr hoher Wahrscheinlichkeit vor, die eine Täuschungsabsicht dokumentieren. Bei publizierten Dissertationen sollte ein offizielles Verfahren zur Prüfung und/oder zum Entzug des Dokortitels eröffnet werden.
- **Anteil Fremdtex te (brutto)**

Anteil aller durch die Software automatisch gefundenen Bestandteile aus anderen Texten am Prüftext (von mindestens 7 Wörtern) in Prozent und Anzahl der Wörter gemessen. Dabei wird noch keine Interpretation auf Plagiatsindizien oder korrekte Übernahmen (z.B. Zitat, Literaturquelle) vorgenommen.
- **Anzahl Fremdtext (netto)**

Anteil aller durch die Software automatisch gefundenen und als Plagiatsindizien interpretierten Bestandteile aus anderen Texten am Prüftext (von mindestens 7 Wörtern) in Prozent und Anzahl der Wörter gemessen.
- **Bauernopfer**

Fehlende Quellenangabe bei einer inhaltlichen oder wörtlichen Textübernahme, wobei die Originalquelle an anderer Stelle des Textes (außerhalb des Absatzes, des Satzes, des Habsatzes oder des Wortes) angegeben wird.
- **Compilation**

Zusammensetzen des Textes als "Patchwork" aus verschiedenen nicht oder unzureichend zitierten Quellen.
- **Eigenplagiat**

Übernahme eines eigenen Textes des Autors ohne oder mit unzureichender Kennzeichnung des Autors. Auch wenn hier nur eigene Texte und Gedanken übernommen werden, handelt es sich um eine Täuschung. Der Prüfer geht davon aus, dass es sich hier um neue Texte und Gedanken des Autors handelt.
- **Einzelplagiatswahrscheinlichkeit**

Grobe Berechnung der Wahrscheinlichkeit des Vorliegens eines Plagiat es des einzelnen Treffers (oder der Treffer) auf einer Seite im Prüfbericht.
- **Gesamtplagiatswahrscheinlichkeit**

Berechnung der Wahrscheinlichkeit des Vorliegens von Plagiaten durch Verknüpfung der Indizienanzahl, des Netto-Fremdtextanteils und der Schwere der

- einzelnen Plagiatsindizien.

Über den statistischen Vergleich der Texte (Stilometrie) wird eine Wahrscheinlichkeit berechnet, ob die Texte von demselben Autor stammen.
- Ghostwritersuche
- Indizien

Dieser Prüfbericht gibt nur die von der Software automatisch ermittelten Indizien auf eine bestimmte Plagiatsart wieder. Die Feststellung eines Plagiats kann nur durch den Gutachter erfolgen.
- Literaturanalyse

Die im Prüftext enthaltenen Literatureinträge im Literaturverzeichnis werden analysiert: Wird die Quelle im Text zitiert? Handelt es sich um eine wissenschaftliche Quelle? Wie alt sind die Quellen?
- Mischplagiat - eine Quelle

Der Text wird hierbei aus verschiedenen Versatzstücken einer einzigen Quelle zusammengesetzt, also gemischt.
- Mischplagiat - mehrere Quellen

Der Text wird hierbei aus verschiedenen Versatzstücken aus verschiedenen Quellen zusammengesetzt, also gemischt.
- Phrase

Die übernommenen Textstellen stellen allgemeintypische oder fachspezifische Wortkombinationen der deutschen Sprache dar, die viele Autoren üblicherweise verwenden. Solche Übernahmen gelten nicht als Plagiate.
- Plagiat

Übernahme von Leistungen wie Ideen, Daten oder Texten von anderen - ohne vollständige oder ausreichende Angabe der Originalquelle.
- Plagiatsanalyse

Gefundene gleiche Textstellen (= Treffer) werden durch die Software automatisch auf spezifische Plagiatsindizien analysiert.
- Plagiatsuche

Mit Hilfe von Suchmaschinen wird im Internet, in der Nationalbibliothek und im eigenen Dokumentenbestand nach Originalquellen mit gleichen oder ähnlichen Textstellen gesucht. Diese Quellen werden alle vollständig Wort für Wort mit dem Prüftext verglichen. Plagiatsindizien werden für Textstellen ab 7 Wörtern berechnet.



# Glossar

- **Plagiatswahrscheinlichkeit** Grobe Berechnung der Wahrscheinlichkeit des Vorliegens eines Plagiates auf der Basis der Plagiatsindizien. Die Ampel zeigt drei Ergebnisse an: grün - keine Wahrscheinlichkeit des Vorliegens eines Plagiates und somit keine weitere Überprüfung notwendig, gelb - mögliches Vorliegen eines Plagiates und somit eine weitere Überprüfung empfohlen, rot - hohe Wahrscheinlichkeit des Vorliegens eines Plagiates und somit weitere Überprüfung unbedingt notwendig.
- **Stilometrie** Texte werden dabei einzeln nach statistischen Kennzahlen (z.B. durchschnittliche Länge der Wörter, Häufigkeit bestimmter Wörter) analysiert. Sind diese Kennzahlen für zwei Texte ähnlich, liegt hier statistisch der gleiche "Stil" und somit mit hoher Sicherheit der selbe Autor vor.
- **Teilplagiat** Ein Textbestandteil einer Quelle wurde vollständig ohne ausreichende Zitierung kopiert.
- **Textanalyse** Der einzelne Text wird durch die Software automatisch für sich allein analysiert, z.B nach statistischen Kennzahlen, benutzter Literatur, Rechtschreibfehlern oder Bestandteilen. Je nach Stand der Softwareentwicklung sind die absoluten Ergebnisse (z.B. Erkennung von Abbildungen, Fußnoten, Tabellen, Zitaten) im einzelnen eingeschränkt aussagefähig. Aufgrund der immer für alle Texte durchgeführten Analysen sind die relativen Unterschiede zwischen den Spalten (z.B. Diplomarbeit vs. Dissertation) uneingeschränkt aussagefähig.
- **Textvergleich** Jeder Text wird mit anderen älteren Texten vollständig verglichen. Gefundene gleiche Textstellen werden in einem weiteren Schritt z.B. auf Plagiatsindizien hin untersucht.
- **Übersetzungsplagiat** Nutzung eines fremdsprachigen Textes durch Übersetzung.
- **Verschleierung** Ein Text wird ohne eindeutige Kennzeichnung (i.d.R. durch Anführungszeichen) Wort für Wort übernommen, aber mit Angabe der Quelle in der Fußnote. Dadurch wird der Prüfer getäuscht, der von einer nur inhaltlichen Übernahme ausgehen muss.
- **Vollplagiat** Der gesamte Text wird vollständig ohne Zitierung kopiert.

# Glossar

- Zitat - wörtlich  
Übernommener Text wird z.B. mit Anführungszeichen korrekt dargestellt. Dieses wörtliche Zitat darf keine Veränderungen, Ergänzungen oder Auslassungen enthalten. Fehlt für das Zitat nach der Plagiatssuche ein Nachweis in einer Originalquelle, so wird der Treffer als "Zitat-wörtlich-im Text" bezeichnet.
- Zitat - wörtlich - Veränderung  
Einzelne Wörter einer korrekt gekennzeichneten wörtlichen Übernahme werden verändert oder weggelassen, ohne dass der Sinn verändert wird. Z.B.: "Unternehmung" wird durch "Unternehmen" ersetzt.
- Zitat - wörtlich - Verdrehung  
In dem korrekt gekennzeichneten übernommenen wörtlichen Text wird der Sinn durch Austausch einzelner Wörter deutlich verändert. Beispiel: "überentwickelten" statt "unterentwickelten".
- Zitierungsfehler  
Arbeitsbezeichnung für eine wörtliche Textübernahme, die nur als inhaltliche Textübernahme (Paraphrase) gekennzeichnet wird.

**PlagiatService**

Prüfbericht

831713

14.12.2018

226



**ProfNet**

Institut für Internet-Marketing