Comisión Europea

Serie de guías

Cómo apoyar la política sobre las PYME con los Fondos Estructurales

Apoyo a la internacionalización de las PYME

7

Empresa e Industria

Serie de guías

Cómo apoyar la política sobre las PYME con los Fondos Estructurales

Apoyo a la internacionalización de las PYME

Una guía para responsables políticos, partes interesadas y organismos de gestión, especialmente a escala regional, que deseen ayudar a las pequeñas y medianas empresas a aprovechar las oportunidades que ofrece el mercado internacional, tanto en la UE como en todo el mundo, con el apoyo de los Fondos Estructurales.

La presente guía ha sido elaborada por la Comisión Europea utilizando las fuentes recogidas en el anexo 2. Las opiniones expresadas en el presente documento no reflejan necesariamente la opinión de la Comisión.

Para más información, se ruega ponerse en contacto con:

Comisión Europea
Dirección General de Empresa e Industria
Unidad D.2: Acceso de las PYME a los mercados
Correo electrónico: Entr-SME-Access-to-Markets@ec.europa.eu
URL: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/market-access/index_en.htm

Se ofrecen traducciones de esta guía a diversas lenguas europeas en el sitio web: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/regional-sme-policies.

Aunque la presente guía ha sido elaborada con la finalidad de ayudar a las partes interesadas a utilizar los Fondos Estructurales de la UE para apoyar a las PYME, la información se facilita sin asumir ninguna garantía jurídica de su exactitud o integridad. Las solicitudes específicas para la utilización de los Fondos Estructurales de la UE se evaluarán en todos los casos con arreglo a las normas vigentes en la fecha y país de la solicitud.

La presente guía forma parte de una serie. A continuación se enumeran los títulos publicados hasta la fecha:

Nº 1 Cómo crear mentalidades y capacidades empresariales en la UE
Nº 2 Cómo utilizar las normas para apoyar el crecimiento, la competitividad y la innovación
Nº 3 Cómo facilitar la transmisión de empresas
Nº 4 Guía inteligente sobre la innovación en los servicios
Nº 5 Aplicación de la iniciativa «Small Business Act» a escala regional
Nº 6 Cómo utilizar los Fondos Estructurales para apoyar la política de emprendimiento y PYME
Nº 7 Apoyo a la internacionalización de las PYME

AVISO LEGAL

Ni la Comisión Europea ni nadie que actúe en su nombre se responsabilizará del uso que pudiera hacerse de la información incluida en la presente publicación, o por los errores que pudiera presentar a pesar de haber sido elaborada y comprobada cuidadosamente. La presente publicación no refleja necesariamente la posición ni la opinión de la Unión Europea. Luxemburgo, Oficina de Publicaciones Oficiales de la Unión Europea, 2014.

ISBN 978-92-79-36468-6
ISSN 1977-6691
DOI 10.2769/92892

© Unión Europea, 2014
Printed in Belgium
Reproducción autorizada con indicación de la fuente, salvo que se indique lo contrario. Para el uso o reproducción de los materiales de terceros especificados como tales, deberá obtenerse la oportuna autorización del titular o titulares de los derechos correspondientes.

Prólogo





En un mundo globalizado, las pequeñas y medianas empresas (PYME) tienen que ser capaces de resistir la competencia, cada vez más intensa, de las economías de países desarrollados y emergentes, y de aprovechar las oportunidades de mercado que estos países ofrecen. Existe una relación directa entre la internacionalización y el aumento del rendimiento de las PYME. Las actividades internacionales refuerzan el crecimiento y el empleo, aumentan la competitividad y fortalecen la viabilidad de las empresas a largo plazo. No obstante, pese a las oportunidades que ha aportado el mercado único ampliado y la globalización en general, las PYME europeas siguen dependiendo en gran medida de sus mercados nacionales.

La Estrategia de la UE para las PYME, establecida en la iniciativa «Small Business Act» para Europa, iniciada por la Comisión en junio de 2008 y revisada en 2011, insta a la UE y los Estados miembros a apoyar y a animar a las PYME a beneficiarse del crecimiento de los mercados de fuera de la UE, en particular mediante actividades de apoyo en función del mercado y de formación empresarial.

Al hacerlo pueden beneficiarse del mayor énfasis en innovación y competitividad de las PYME de los Fondos Estructurales y de Inversión de la UE y, en particular, del Fondo Europeo de Desarrollo Regional, que es, con diferencia, la fuente de financiación más importante de la UE para las PYME.

Entre 2007 y 2013, los Fondos Estructurales destinaron unos 70 000 millones EUR a apoyar a las empresas, especialmente a las PYME. Casi 200 000 proyectos financiados a través del FEDER ofrecieron asistencia específicamente a PYME (muchos de estos proyectos daban apoyo a varias PYME). Estos proyectos permitieron el establecimiento de 78 000 empresas de nueva creación, así como la creación de, al menos, 268 000 empleos permanentes en PYME (y muchos otros puestos de trabajo que fue posible mantener). Estos resultados seguirán aumentando, ya que el proyecto continúa hasta finales de 2015.

Recomendamos esta guía a los responsables políticos, a las partes interesadas y a los organismos de gestión, especialmente a escala regional, en la confianza de que inspirará medidas prácticas para utilizar los Fondos Estructurales con el fin de ayudar a las PYME europeas a crecer y a ampliarse más allá de sus fronteras.

Antonio TAJANI
Vicepresidente de la Comisión Europea
Responsable de Industria y Emprendimiento

Johannes HAHN
Miembro de la Comisión Europea
Responsable de Política Regional

Índice

Acrónimos **8**

1. Resumen ejecutivo **9**

2. ¿Por qué las PYME deberían «internacionalizarse»? **13**
- 2.1. Introducción 13
- 2.2. La situación actual 14
- 2.3. Factores que impulsan la internacionalización de las PYME 15
- 2.4. Principales obstáculos a la internacionalización de las PYME 16

3. Ayuda pública a la internacionalización de las PYME **19**
- 3.1. El papel del apoyo público 19
- 3.2. Grado de conocimiento y utilización de programas de apoyo público entre las PYME 20
- 3.3. Cómo apoyar la internacionalización de las PYME 22

4. Cómo se pueden utilizar los Fondos Estructurales y de Inversión Europeos para proyectos de internacionalización **25**

5. Ejemplos de buenas prácticas **29**
- 5.1. Proyectos de apoyo, grupo 1 31
- 5.2. Proyectos de apoyo, grupo 2: cofinanciados por los Fondos Estructurales de la UE 39
- 5.3. Proyectos de apoyo, grupo 3: proyectos evaluados 48

Anexo I — Medidas de apoyo y acciones realizadas a escala de la UE **55**

Anexo II — Fuentes **61**

Anexo III — Otras publicaciones útiles **61**

Acrónimos

APEC	Cooperación Económica Asia-Pacífico
ASEAN	Asociación de Naciones del Asia Sudoriental
BRIC	Brasil, Rusia, India y China
BSR-CBP	Región del Mar Báltico - Programa de Creación de Capacidades
CE	Comisión Europea
CNBC	Cooperación en red y agrupaciones empresariales para el éxito empresarial en Europa Central
CPR	Reglamento por el que se establecen disposiciones comunes
DPI	Derechos de propiedad intelectual
EBO	Organizaciones empresariales europeas
FESI	Fondos Estructurales y de Inversión Europeos
FEDER	Fondo Europeo de Desarrollo Regional
FTE	Equivalente a tiempo completo
IED	Inversión extranjera directa
JOSEFIN	Financiación conjunta de PYME para la innovación
OCDE	Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos
PI	Propiedad intelectual
PYME	Pequeñas y medianas empresas
SBA	Iniciativa «Small Business Act»
TI	Tecnología de la información
UE	Unión Europea



1

Resumen ejecutivo

© monkeybusinessimages/iStock/Thinkstock

Helping EU SMEs to internationalise

Las pequeñas y medianas empresas (PYME) son la espina dorsal de la economía europea. Dentro de la UE representan el 99 % de todos los negocios, el 67 % de todos los empleos del sector privado, nada menos que el 85 % de todos los empleos de reciente creación y alrededor de un 59 % del valor añadido de la economía. La creación de contactos internacionales abre nuevos mercados para las PYME y tienen el potencial de impulsar considerablemente el crecimiento y la competitividad de las PYME.

En la presente guía, el término «internacionalización» hace referencia a todas las actividades en las que las PYME desarrollan una relación comercial significativa con un socio extranjero: exportaciones, importaciones, inversión exterior directa (IED - deslocalización o externalización), subcontratación internacional y cooperación técnica internacional. Puede producirse a escala transfronteriza, a escala transnacional dentro de la UE o a escala internacional más allá de las fronteras de la UE.

La internacionalización puede aportar beneficios en materia de competitividad a nivel empresarial que pueden traducirse eventualmente en un mejor rendimiento económico a escala nacional y europea:

- Ser activo internacionalmente está muy relacionado con obtener un mayor crecimiento del volumen de negocios.
- Las PYME activas a escala internacional suelen registrar un mayor crecimiento del empleo que las PYME no activas.
- La internacionalización y la innovación están estrechamente relacionadas.

Pese a ello, pocas son las PYME de la UE que operan a escala internacional, tanto dentro como fuera de la UE. Según un estudio realizado en 2010, el 25 % de las PYME con sede en la UE habían realizado exportaciones (dentro y fuera de Europa) durante los tres años previos. Estas actividades estaban destinadas, en su mayoría, a otros países de la UE: solo el 13 % de las PYME se introdujeron en mercados de crecimiento no pertenecientes a la UE.

Factores que impulsan y factores que obstaculizan la internacionalización

El tamaño, la antigüedad y la experiencia de las PYME influyen en su disposición y capacidad para internacionalizarse:

- Cuanto más grande es la empresa, mayor tendencia presenta a internacionalizarse.
- Las exportaciones y las importaciones tienden a aumentar a medida que las empresas tienen más antigüedad.
- Muy pocas PYME inactivas a escala internacional prevén iniciar actividades internacionales en el futuro cercano.

Algunos sectores tienden a ser más adecuados para internacionalizarse que otros:

- El comercio, la fabricación, el transporte y la comunicación y la investigación son los sectores más internacionales.
- Las empresas que practican el comercio electrónico son más activas a escala internacional que las tradicionales.

Si queremos ayudar a que más PYME trabajen con socios extranjeros, debemos empezar por entender qué es lo que evita que lo hagan. Los principales obstáculos mencionados por las PYME son los siguientes:

- falta de circulante para financiar las exportaciones;
- dificultad de identificar oportunidades de negocio en el extranjero;
- falta de información para ayudarlas a encontrar/analizar mercados;
- incapacidad para contactar con posibles clientes internacionales;
- dificultad para obtener una representación fiable en el extranjero;
- falta de tiempo para gestión;
- insuficiente personal o personal no formado.

El apoyo público puede desempeñar un papel importante

El apoyo público puede desempeñar un papel importante a la hora de promover una mayor internacionalización. Un estudio realizado por la Comisión en 2011 demostró que, de promedio, los programas de apoyo público destinados a las PYME (económico y no económico, a escala nacional y de la UE):

- aumentaron el volumen de negocios de las PYME en el mercado objetivo en un 28 %;
- aumentaron su volumen de negocios total en un 11 %;
- permitieron la creación o el mantenimiento de tres puestos de trabajo;
- supusieron aproximadamente el 12 % del volumen de negocios del año siguiente.

Un apoyo que tenga éxito tiene que basarse, en primer lugar, en la creación de capacidades dentro de la PYME, para lo que los servicios de formación y asesoramiento desempeñan un papel esencial. Es necesario calificar, examinar y analizar las empresas antes de adaptar la mezcla de programas de apoyo estandarizados (normalmente) para desarrollar un plan de apoyo específico para la empresa. Con el fin de impulsar la competitividad y el crecimiento, los programas tienen que dar apoyo a todo tipo de internacionalización, no solo a la exportación.

A pesar de que ya están desarrollándose numerosos programas para dar apoyo a la internacionalización de las PYME, estos son todavía muy desconocidos: el porcentaje de PYME de la UE que conocen estas oportunidades oscila entre el 15 % en el caso de las microempresas y el 27 % en el caso de las empresas medianas, y entre solo el 10 % de las empresas que no son activas a escala internacional y el 22 % de PYME que realizan actividades internacionales.

Utilizar los Fondos Estructurales y de Inversión Europeos para apoyar la internacionalización

Los Fondos Estructurales pueden impulsar proyectos prácticos para ayudar a las PYME a establecer contactos a escala internacional. Por tal motivo, la presente guía ofrece sugerencias de medidas que podrían aplicarse en todos los Estados miembros y en todas las regiones, con el respaldo de los Fondos Estructurales Europeos.

Está dirigida principalmente a los responsables políticos, las partes interesadas y los organismos de gestión a escala regional.

Cómo apoyar la internacionalización de las PYME

En el anexo 1 se recogen las medidas de la UE a las que puede acceder fácilmente y que pueden ayudarle a la hora de asesorar a las PYME.

En el capítulo 3.3 se exponen varios enfoques que han funcionado muy bien en los Estados miembros. Estos programas ofrecen apoyo a las distintas PYME u operan a través de redes y agrupaciones empresariales. Tienden a ser más eficaces cuando se centran en sectores específicos.

El capítulo 4 describe cómo utilizar los Fondos Estructurales de la UE para proyectos de internacionalización.

El capítulo 5 ofrece ejemplos de buenas prácticas que puedan servir de inspiración de acciones prácticas para animar a las PYME europeas a expandirse internacionalmente e impulsar el crecimiento.

.



© Felipe Dupouy/Digital Vision/Thinkstock

2

¿Por qué las PYME deberían «internacionalizarse»?

2.1 Introduction

Las pequeñas y medianas empresas (PYME)[1] son la espina dorsal de la economía europea. Representan el 99 % de todos los negocios de la UE, el 67 % de todos los puestos de trabajo del sector privado no financiero, y suponen nada menos que el 85 % de todos los empleos de reciente creación (CE, 2011 (3), pp. 5-6) y alrededor de un 59 % del valor añadido producido por la economía[2].

La internacionalización abre nuevos mercados a las PYME y tiene el potencial de impulsar considerablemente el crecimiento y la competitividad de las PYME.

En la presente guía, el término «internacionalización» hace referencia a todas las actividades en las que las PYME desarrollan una relación comercial significativa con un socio extranjero: exportaciones, importaciones, inversión exterior directa (IED - deslocalización o externalización), subcontratación internacional y cooperación técnica internacional (CE, 2010, p. 5). En otras palabras: actividades empresariales que dan respuesta a las oportunidades y retos de la globalización (CE, 2007, p. 13). Pueden producirse a escala transfronteriza, a escala transnacional dentro de la UE o a escala internacional fuera de la UE.

La internacionalización puede aportar beneficios en materia de competitividad a nivel empresarial que pueden traducirse eventualmente en una mejora del rendimiento económico a escala nacional y europea (CE, 2010, p. 57). Un estudio publicado en 2010, que abarca el periodo comprendido entre los años 2007 y 2008, arrojó los siguientes resultados (CE, 2010, p. 8):

- **Ser activo internacionalmente está muy relacionado con un mayor aumento del volumen de negocios.**
  Más del 50 % de las PYME que han invertido en el extranjero o que han realizado alguna operación de subcontratación internacional, han registrado un aumento en su volumen de negocios, mientras que la media para las PYME en su conjunto se sitúa en el 33 %.

[1] La Comisión Europea considera que una empresa es una PYME si tiene hasta un máximo de 250 empleados, un volumen de negocios anual de 50 millones EUR como máximo y un balance total de 43 millones EUR como máximo.

[2] http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Small_and_medium-sized_enterprises.

- **Las PYME activas a escala internacional suelen registrar un mayor crecimiento del empleo** que otras PYME. A modo ilustrativo:
  - El crecimiento del empleo de los exportadores se situó en el 7 %, el de las empresas no exportadoras en el 3 %.
  - El crecimiento del empleo de los importadores se situó en el 8 %, el de las empresas no importadoras en el 2 %.
  - Tanto las PYME importadoras como exportadoras registraron un crecimiento del empleo del 10 %; otras sólo del 3 %.
  - Las PYME con IED registraron un crecimiento del empleo del 16 %, otras solo del 4 %.

- **La internacionalización y la innovación están fuertemente relacionadas.**

  El 26 % de las PYME activas a escala internacional comercializaron productos o servicios nuevos para su sector en su país, mientras que para otras PYME, este porcentaje es solo del 8 %. Las PYME activas a escala internacional también tuvieron más éxito con innovaciones de procesos que eran nuevos para su sector en su país (11 % frente al 3 % para otras PYME).

Así pues, las PYME activas a escala internacional son más competitivas que las nacionales (CE, 2010, p. 70). Se benefician del acceso a los conocimientos técnicos y a la tecnología, una mayor eficiencia y economías de escala y una mayor competencia al introducirse en mercados difíciles y explotar las ventajas de la tecnología más avanzada (CE, 2007, p. 10). Dada la creciente integración del mercado, las PYME pueden desempeñar un papel importante en las cadenas de valor internacionales.

A pesar de esto, solo una pequeña proporción de PYME de la UE están operando a escala internacional dentro o fuera de la UE.

2.2 La situación actual

Las actividades internacionales ayudan a las empresas a competir, crecer y sobrevivir a largo plazo. Sin embargo, un estudio realizado en 2010 mostró que el 25 % de las PYME establecidas en la UE habían realizado exportaciones (dentro y fuera de Europa) durante los tres años anteriores[3].

Solo el 13 % lo hicieron en mercados de fuera de la UE.

Así pues, la UE constituye el principal mercado de la gran mayoría de las PYME europeas. También es un primer paso bueno y adecuado para el lanzamiento de operaciones internacionales fuera de la UE. En la mayoría de los casos, el mercado interior de la UE permite que las pequeñas y medianas empresas crezcan hasta el punto de poder competir con éxito más allá de las fronteras de la UE. Así, para la mayoría de las PYME, la UE puede constituir una plataforma de lanzamiento para introducirse con más posibilidades de éxito en los mercados internacionales (CE, 2007, p. 5).

Los beneficios de la internacionalización no solo proceden de la exportación, sino de todos los tipos de actividad internacional. Importar, por ejemplo, puede mejorar el rendimiento al facilitar acceso a nuevas tecnologías y capacidades, y hay más empresas europeas activas en la importación que en la exportación. La inversión extranjera directa (deslocalización o externalización), las transferencias de tecnología, la participación en cadenas de valor internacionales y otras formas de cooperación entre PYME también están ganando terreno. En todos los casos, las empresas están buscando principalmente obtener mayores ventajas competitivas: el acceso a la tecnología y a insumos más baratos o más fácilmente disponibles es tan importante para ellas como el acceso a otros mercados, si no más (CE, 2007, p. 8).

[3] CE, 2010, p. 5: Las estadísticas están basadas en una muestra de aproximadamente 1000 PYME de 26 sectores. Los datos se recopilaron en la primavera de 2009 (cuando la UE tenía 27 Estados miembros) y abarca los años 2006 a 2008.

En el siguiente cuadro se recogen los diferentes enfoques adoptados por las PYME de la UE (CE, 2010, pp. 16, 17, 33, 36).

Tipo de internacionalización	...% de todas las PYME de la UE	...% de estas que operan		... % de todas las PYME que operan en mercados fuera de la UE
		en una región transfronteriza (aprox.)	en otros países de la UE (aprox.)	
Importación	29 %		89 %	14 %
Exportación	25 %	47 %	80 %	13 %
Cooperación tecnológica con un socio extranjero	7 %	No procede		
Subcontratación para un socio extranjero	7 %			
Utilización de subcontratistas extranjeros	7 %			
Inversión extranjera directa	2 %			

Globalmente, más del 40 % de las PYME europeas tienen algún tipo de relación comercial internacional. No obstante, pocas operan fuera de la UE (CE, 2010, p. 15).

¿Cuáles son los mercados exteriores a la UE de los que más se benefician las empresas europeas?

Un estudio realizado en 2011 pone de manifiesto que los siguientes siete mercados objetivo son cada vez más importantes para la actividad empresarial europea: Brasil, Rusia, India y China («los países BRIC»), Japón, Corea del Sur y Ucrania. La proporción de PYME de la UE internacionalizadas con actividades empresariales en estos mercados de crecimiento de 2009 a 2010 fue como sigue: Rusia: 13 %, China: 10 %, Ucrania: 8 %, Japón: 7,5 %, Brasil: 6,5 %, India: 6 %, y Corea del Sur: 4,5 % (CE, 2011 (1), p. 13).

2.3. Factores que impulsan la internacionalización de las PYME

Los proveedores de servicios de apoyo deberían conocer los factores que afectan al clima empresarial y que impulsan u obstaculizan la internacionalización de las PYME: «impulsores» y «obstáculos». No pueden influir en ellos directamente, pero al conocerlos, pueden hacer el mejor uso posible de los factores favorecedores y reducir los obstáculos en la medida posible.

Empecemos por los factores que impulsan la internacionalización.

La actual ola de globalización presenta las siguientes características principales (CE, 2007, p. 6):

- un descenso sin precedentes de los obstáculos al comercio en todo el mundo;
- sistemas de comunicación y logística ampliamente mejorados a disposición de todas las empresas;
- la revolución de la tecnología de la información, que ha abierto el camino a un mayor intercambio de tecnología y conocimientos y a la aparición de nuevos tipos de transacciones económicas como el comercio electrónico.

Estos beneficios se aplican a grandes empresas y PYME por igual, pero para las PYME parece no ser tan obvio cómo sacar provecho de ellos. Para lograr PYME más internacionales es

necesario contar con empresarios más internacionales, exponiéndolos pronto, preferiblemente en el sistema educativo, al clima internacional y a los beneficios de contar con una perspectiva internacional (CE, 2007, p. 10).

Si estudiamos con detalle los diferentes mercados nacionales de las PYME, vemos que cuanto más pequeño es el país, más internacionales son sus PYME. Países como Estonia, Dinamarca, Suecia y la República Checa o Eslovenia tienen un porcentaje de empresas exportadoras de entre el 55 % y el 35 %, mientras que la media de la UE es del 25 %, y en Alemania, Francia y el Reino Unido este porcentaje se sitúa alrededor del 20 % (CE, 2010, p. 24).

No resulta sorprendente comprobar que las PYME situadas cerca de una frontera son mucho más activas en sus regiones transfronterizas pero no se extienden más allá de estas (CE, 2010, p. 6).

El tamaño, la antigüedad y la experiencia de las PYME son factores importantes que influyen en su disposición y capacidad para internacionalizarse:

- **Cuanto más grande es la empresa, mayor tendencia presenta a internacionalizarse, en general**: el 24 % de las microempresas, el 38 % de las empresas pequeñas y el 53 % de las empresas medianas exportan; en el caso de las importaciones los porcentajes correspondientes son del 28 %, 39 % y 55 % (CE, 2010, p. 5).
- **Las actividades de exportación e importación aumentan a medida que las empresas ganan antigüedad**. Los porcentajes de PYME que exportan aumentan gradualmente desde solo el 15 % de las empresas de hasta 4 años de antigüedad hasta casi el 30 % de las empresas de 25 años o más (CE, 2010, p. 6).
- En lo que se refiere a la **experiencia**, pocas PYME inactivas a escala internacional prevén iniciar actividades internacionales en el futuro cercano. Solo alrededor del 4 % de todas las empresas no internacionalizadas manifiestan la intención de iniciar alguna operación internacional (CE, 2010, p. 6).

¿Hay algún tipo específico de internacionalización que sea especialmente apto para iniciarse?

Las PYME suelen empezar importando. De las PYME que importan y exportan, empezaron importando el doble (39 %) de las que empezaron exportando (18 %). El 42 % empezó importando y exportando en el mismo año (CE, 2010, p. 6).

Por último, algunos sectores tienden a ser más adecuados para internacionalizarse que otros:

El comercio, la industria manufacturera, el transporte y la comunicación y la investigación son los sectores más internacionales. Los sectores con el mayor porcentaje de PYME exportadoras son la extracción de minerales (58 %), la industria manufacturera (56 %), el comercio mayorista (54 %), la investigación (54 %), la venta de vehículos de motor (53 %), los servicios de alquiler y arrendamiento (39 %) y el transporte y las comunicaciones (39 %). En el sector servicios, el sector de la investigación presenta unos índices altos (CE, 2010, p. 6).

Las empresas que trabajan con comercio electrónico son más activas a escala internacional que las tradicionales. Tener los medios para vender productos o servicios en línea tiene una correlación positiva con ser activo en mercados de importación o exportación (incluso cuando la variable esté controlada para otros efectos como el tamaño de la empresa). La conclusión podría ser que Internet ha facilitado a las PYME de todos los tamaños la posibilidad de superar algunos de los obstáculos para su internacionalización. De hecho, la relación entre ciertos obstáculos y el tamaño de las empresas se ha debilitado debido a Internet (CE, 2010, p. 7).

2.4. Principales obstáculos a la internacionalización de las PYME

Analizar los obstáculos para la internacionalización de las PYME permite destinar la ayuda a las necesidades específicas de las PYME (CE, 2010, p. 57).

[4] Informe final del estudio de proyecto conjunto de la OCDE-APEC «Removing barriers to SME access to international markets» («Suprimir los obstáculos al acceso de las PYME a los mercados internacionales») Conferencia Mundial OCDE/APEC, celebrada en Atenas (Grecia) los días 6 a 8 de noviembre de 2006.

Aunque los mercados internacionales, tanto privados como públicos, ofrecen oportunidades considerables a las empresas europeas, las PYME se enfrentan a dificultades concretas a la hora de aprovechar el mercado mundial, especialmente para acceder a información sobre los mercados, localizar posibles clientes y encontrar socios idóneos. También afrontan cuestiones más complejas, como el cumplimiento de leyes extranjeras, como las disposiciones imperativas del Derecho contractual, las normas aduaneras, las normas y los reglamentos técnicos, la gestión de la transferencia de tecnología y la protección de los derechos de propiedad intelectual o industrial. A la hora de abordar tales retos, las PYME suelen contar con menos conocimientos especializados y menos recursos financieros o humanos internos que las grandes empresas (CE, 2011 (2), p. 3).

Las políticas acertadas para ayudar a las PYME a expandirse a escala internacional deberán empezar por comprender los principales problemas a los que se enfrentan cuando consideran la posibilidad de empezar a operar con un socio extranjero. Según la OCDE[4], los principales obstáculos mencionados por las PYME son los siguientes (CE, 2007, pp. 10-11):

- falta de circulante para financiar las exportaciones;
- dificultad de identificar oportunidades de negocio en el extranjero;
- insuficiente información para encontrar/analizar mercados;
- incapacidad para contactar con posibles clientes internacionales;
- dificultad para obtener una representación fiable en el extranjero;
- falta de tiempo de gestión para los asuntos relativos a la internacionalización;
- insuficiente personal o personal no formado.

Las empresas que todavía no son activas en el mercado internacional pueden subestimar algunos obstáculos y dar excesiva importancia a otros, de forma que es necesario considerar la experiencia internacional de las empresas, o su ausencia, a la hora de diseñar y desarrollar servicios de apoyo empresarial (CE, 2010, p. 57).

Una encuesta realizada en 2010 (CE, 2010, pp. 58-59) reveló la existencia de los siguientes **obstáculos dentro de las empresas**, tal y como los perciben las PYME:

- el precio de su producto o servicio;
- el elevado coste de la internacionalización;
- la calidad del producto y la falta de personal cualificado;
- las especificaciones de los productos de la empresa;
- el idioma.

Para las PYME, el obstáculo más importante es el precio de los servicios o productos de la empresa. Esto, por supuesto, depende de los precios generales del mercado nacional y del nivel de eficiencia empresarial, por lo que las medidas específicas de apoyo a la internacionalización probablemente no aborden esta cuestión. No obstante, integrar medidas destinadas a incrementar la eficiencia empresarial, tanto combinando la internacionalización y la política de innovación como fomentando el abastecimiento eficiente de insumos, quizás mediante importaciones directas, puede resultar eficaz.

El segundo obstáculo más importante es el «elevado coste de la internacionalización». La UE tiene la misión de trabajar en el sentido de desarrollar normas de comercio internacional que den respuesta a las necesidades específicas de las PYME europeas. La Comisión Europea tiene el objetivo de reducir las barreras arancelarias y no arancelarias al comercio negociando acuerdos de libre comercio con países no pertenecientes a la UE. También busca la aproximación normativa a través de diferentes diálogos, por ejemplo, en el marco de la política europea de vecindad, es decir, la Asociación Oriental y la Cooperación industrial UE-Mediterráneo.

No obstante, se puede facilitar a las PYME ayuda técnica directa, por ejemplo, facilitando el acceso a la información sobre mercados internacionales, ayudándoles a crear asociaciones internacionales de empresas, investigación o tecnología (por ejemplo, a través de la red Enterprise Europe Network, véase el anexo 1) o subvencionando su participación en ferias comerciales en el exterior.

El tamaño de la empresa no tiene importancia en lo que se refiere a los obstáculos internos, excepto en cuanto a la falta de personal suficientemente cualificado: cuanto más pequeña es la empresa mayor parece este obstáculo.

El estudio también analizó los **obstáculos externos** del clima empresarial (CE, 2010, pp. 59-60). Los factores que la mayor parte de las PYME percibieron como obstáculos a la internacionalización son los siguientes:

- falta de capital;
- falta de apoyo público adecuado;
- falta de información adecuada;
- el coste o las dificultades con la documentación necesaria para el transporte;
- otras legislaciones y normativas en el país extranjero;
- aranceles u otros obstáculos al comercio en el mercado extranjero;
- diferencias culturales (incluida la cultura empresarial).

Los patrones de los obstáculos externos percibidos en la UE y en todo el mundo son bastante similares, a pesar de que «aranceles u otros obstáculos al comercio en el mercado extranjero», «otras legislaciones y normativas en el país extranjero», «aranceles u otros obstáculos al comercio en el mercado extranjero» y «diferencias culturales» se citan con bastante menor frecuencia en relación con la UE. Resulta sorprendente que las PYME mencionen la «falta de capital» y la «falta de apoyo público adecuado» con más frecuencia con referencia a la UE que a los mercados mundiales. Esto puede deberse a que, en general, las PYME activas en mercados no pertenecientes a la UE tienden a ser más grandes y a tener más experiencia. Las PYME grandes consideran que el factor «otras legislaciones y normativas en el país extranjero» es más importante, mientras que las microempresas citan más a menudo la «falta de capital».



3

Ayuda pública a la internacionalización de las PYME

© tfoxfoto/iStock/Thinkstock

3.1. The role of public support

Hemos visto que las PYME desempeñan un papel esencial en la estabilidad y el potencial de cualquier economía nacional en términos de empleo y valor añadido. Habida cuenta de que la mayor parte de las PYME están limitadas en cuanto a los recursos, necesitan apoyo para adquirir las capacidades necesarias para competir con éxito en el mercado internacional (CE, 2007, p. 17).

Así se explica que la Estrategia de la UE para las PYME, establecida en la iniciativa «Small Business Act» (SBA), iniciada por la Comisión en junio de 2008[5] y revisada en 2011[6], inste a la UE y los Estados miembros a apoyar y a animar a las PYME a beneficiarse del crecimiento de los mercados no pertenecientes a la UE, en particular mediante actividades de apoyo en función del mercado y de formación empresarial (CE, 2011 (2), p. 5). Esto se amplió con mayor detalle en la Comunicación de la Comisión de 2011 «Pequeñas empresas en un mundo grande: una nueva asociación que ayude a las PYME a aprovechar oportunidades globales»[7].

Las PYME aprecian claramente la ayuda pública: el 11 % de las que utilizan medidas de ayuda pública ofrecidas por sus gobiernos afirman que no podrían haber realizado operaciones comerciales internacionales sin ellas. En total, el 55 % de las PYME activas a escala internacional están de acuerdo con, al menos, una de las siguientes cuatro afirmaciones (CE, 2010, p. 70):

- Sin apoyo no se habrían internacionalizado en absoluto.
- Con apoyo se internacionalizaron antes de lo que habría sido posible de otro modo.
- Con apoyo llevaron a cabo actividades de internacionalización adicionales.
- Con apoyo obtuvieron un mayor conocimiento de las oportunidades que ofrecen los mercados extranjeros.

El apoyo público también puede efectuar una contribución valiosa abordando los problemas que se perciben como los principales obstáculos a la internacionalización: el acceso a la información y el acceso a la ayuda económica (CE, 2010, p. 70).

[5] http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2008:0394:FIN:ES:PDF
[6] http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/small-business-act/files/sba_review_en.pdf
[7] http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0702:FIN:ES:PDF

Un estudio realizado por la Comisión en 2011 demostró que, de promedio, los programas de apoyo público (económico y no económico, a escala nacional y de la UE) (CE, 2011 (1), p. 8):

- aumentaron el volumen de negocios de las PYME en el mercado objetivo en un 28 %;
- incrementaron el volumen de negocios total de la empresa en un 11 %;
- permitieron la creación o el mantenimiento de tres puestos de trabajo;
- supusieron aproximadamente el 12 % del volumen de negocios del año siguiente.

3.2. Grado de conocimiento y utilización de programas de apoyo público entre las PYME

A pesar de que ya están desarrollándose numerosos programas para dar apoyo a la internacionalización de las PYME, estos son todavía muy desconocidos: el porcentaje de PYME de la UE que conocen estas oportunidades oscila entre el 15 % en el caso de las microempresas y el 27 % en el caso de las empresas medianas, y entre solo el 10 % de las empresas que no son activas a escala internacional y el 22 % de PYME con actividades internacionales.

Cabe mencionar algunas diferencias entre sectores: entre el 20 % y el 25 % de las PYME del comercio mayorista y la industria manufacturera conocen los programas de apoyo, mientras que en el caso del comercio minorista, el transporte y los servicios personales solo entre el 10 % y el 13 % de las empresas saben qué apoyo público tienen a su disposición. Así pues, el primer paso para ofrecer un apoyo adecuado para que las PYME puedan tener acceso a oportunidades de mercados internacionales es incrementar entre las PYME el grado de conocimiento de programas de apoyo público a las empresas, que en la actualidad es bastante bajo (CE, 2010, p. 7).

Mientras que las empresas pequeñas están mucho más expuestas a los obstáculos al comercio que las empresas más grandes, son estas últimas las que mejor conocen cuáles son las medidas de apoyo a su disposición y las que mejor las aprovechan (CE, 2010, pp. 63, 64). Hasta el momento han sido muy pocas las PYME de la UE que realmente han utilizado medidas de apoyo público. Según el estudio del 2010, el apoyo no económico es más utilizado por las más pequeñas de las empresas que realizan negocios a escala internacional: el 10 % de las microempresas, frente al 8 % de las empresas pequeñas y el 6 % de las empresas medianas. El apoyo económico, por otra parte, es más empleado por las PYME más grandes de entre las que operan a escala internacional: el 10 % de las microempresas, el 13 % de las empresas pequeñas y el 16 % de las empresas medianas (CE, 2010, p. 7).

Se registran grandes diferencias entre los países: un elevado porcentaje de PYME en Austria (47 %) indicaron haber empleado ayuda económica, mientras que en países como Portugal, Dinamarca y Países Bajos, la cifra es del 1 % o inferior. El uso de medidas de apoyo no económico es más elevado en Eslovenia (23 %), Chipre (19 %) y Letonia (16 %), pero muy inferior en todos los demás Estados miembros (CE, 2010, pp. 7, 67). El cuadro siguiente muestra el grado de utilización de medidas de apoyo público económico y no económico para fomentar la internacionalización en 2009 desglosadas por países, en términos de porcentaje de PYME que operan a escala internacional:

Porcentaje de PYME activas a escala internacional que utilizan medidas de apoyo económico o no económico

Clasificación	País	% que utilizan ayuda económica
1	Austria	47 %
2	Turquía	32 %
3	Grecia	17 %
4	Letonia	17 %
5	Noruega	14 %
6	Alemania	14 %
7	España	10 %
8	Italia	9 %
9	Eslovaquia	9 %
10	Francia	7 %
11	Rumanía	6 %
12	Hungría	5 %
13	Suecia	5 %
14	Chipre	5 %
15	Reino Unido	5 %
16	Eslovenia	4 %
17	Luxemburgo	4 %
18	Liechtenstein	4 %
19	Bélgica	4 %
20	Finlandia	3 %
21	Estonia	3 %
22	Lituania	3 %
23	Polonia	3 %
24	Irlanda	3 %
25	Malta	2 %
26	Bulgaria	2 %
27	Croacia	2 %
28	Chequia	2 %
29	Portugal	1 %
30	Dinamarca	1 %
31	Países Bajos	1 %
32	ARYM (Antigua República Yugoslava de Macedonia)	0 %
33	Islandia	0 %

Clasificación	País	% que utilizan ayuda no económica
1	Eslovenia	23 %
2	Chipre	19 %
3	Letonia	16 %
4	Lituania	12 %
5	Luxemburgo	11 %
6	Italia	11 %
7	Noruega	11 %
8	Grecia	11 %
9	Francia	9 %
10	España	9 %
11	Alemania	7 %
12	Dinamarca	5 %
13	Reino Unido	5 %
14	Irlanda	4 %
15	Austria	3 %
16	Polonia	3 %
17	ARYM (Antigua República Yugoslava de Macedonia)	2 %
18	Finlandia	2 %
19	Bélgica	1 %
20	Eslovaquia	1 %
21	Países Bajos	0 %
22	Estonia	0 %
23	Malta	0 %
24	Croacia	0 %
25	Portugal	0 %
26	Suecia	0 %
27	Chequia	0 %
28	Bulgaria	0 %
29	Hungría	0 %
30	Islandia	0 %
31	Liechtenstein	0 %
32	Rumanía	0 %
33	Turquía	0 %

Fuente: CE, 2010, p. 67

¿Qué tipo de apoyo público utilizan las PYME con más frecuencia?

Entre los servicios económicos, los «subsidios y subvenciones» son, con diferencia, las fórmulas más utilizadas y también las que las PYME consideran más útiles para operar a escala internacional. De los servicios de apoyo no económico disponibles, los seis más utilizados por las PYME y, por lo tanto, los que merecen especial atención (CE, 2011 (1), p. 51) son los siguientes:

- información sobre normas y reglamentos;
- información sobre oportunidades de mercado;
- exposiciones en ferias de comercio internacionales;
- identificación de potenciales socios para realizar actividades económicas en el extranjero;
- cooperación y establecimiento de redes en el ámbito empresarial;
- eventos para fomentar la relación entre empresas.

3.3. Cómo apoyar la internacionalización de las PYME

Un apoyo correcto de la internacionalización depende, en primer lugar, de la creación de capacidades dentro de las PYME, para lo que el apoyo individual y el acceso a los servicios de formación y asesoramiento desempeñan un papel esencial. Es necesario calificar, seleccionar y analizar las empresas antes de ofrecer apoyo alguno y de adaptar la mezcla de programas de apoyo estandarizados (normalmente) para desarrollar un plan de apoyo específico para la empresa. Con el fin de impulsar la competitividad y el crecimiento, los programas tienen que dar apoyo a todo tipo de formas de internacionalización, no solo a la exportación (CE, 2007, p. 32).

Los principales programas de internacionalización deberán atraer al mayor número de PYME posible (CE, 2007, p. 32). Se recomienda prestar especial atención a las microempresas y a las empresas pequeñas, es decir, PYME de menos de 50 empleados, un volumen de negocios inferior a 10 millones EUR y un balance total inferior a 10 millones EUR. Estas forman el grueso de todas las PYME de la UE y son especialmente vulnerables. Los esfuerzos deberán dirigirse simultáneamente a ampliar la capacidad tanto de innovación como de realizar actividades empresariales a escala internacional, dado que ambas tienden a ir de la mano (véase los capítulos anteriores). El comercio electrónico es otro componente en el que merece la pena detenerse: Internet es fácilmente accesible como canal de distribución incluso para las PYME más pequeñas, por lo que el comercio electrónico transfronterizo ofrece un enorme potencial de crecimiento para estas empresas (CE, 2010, pp. 71-75).

En relación con los siete mercados objetivo Brasil, Rusia, India, China, Japón, Corea del Sur y Ucrania, los tipos de apoyo público de los que más esperan las PYME europeas son generalmente (CE, 2011 (1), p. 7) los siguientes:

- asistencia a la hora de identificar a los socios empresariales en estos países;
- facilitación de información adecuada sobre oportunidades de mercado;
- facilitación de información sobre normas y reglamentos.

No obstante, no todo el apoyo público es igual de eficaz.

En primer lugar, el apoyo público debe dirigirse a ámbitos en los que el mercado sea deficiente, de forma que se evite la competencia indebida con proveedores de servicios privados. También debe fijar con claridad metas y objetivos cuantitativos, introducir medidas de supervisión y analizar los resultados. El objetivo es garantizar que el apoyo llegue a los beneficiarios a los que está destinado, obtenga los resultados previstos y no malgaste los recursos públicos (CE, 2010, p. 70).

Existe una serie de centros de negocios, servicios de asistencia, sitios web, bases de datos y otros servicios gestionados o apoyados por la Comisión Europea que están diseñados para ayudar a las PYME a internacionalizarse. Son también una rica fuente de información para las organizaciones de apoyo a las PYME. Estas medidas y acciones se recogen en el anexo 1.

Además, numerosos proveedores de servicios públicos, semipúblicos y privados de los Estados miembros ofrecen una amplia gama de actividades de apoyo empresarial en los mercados no pertenecientes a la UE y para estos (por ejemplo, cámaras nacionales de comercio, asociaciones empresariales, asesores comerciales, agencias de PYME y organizaciones de promoción del comercio), todos los cuales tienen profundos conocimientos sobre cómo ayudar a las PYME a operar a nivel internacional[8].

Dichos programas pueden facilitar apoyo personalizado o a través de redes y agrupaciones empresariales.

Apoyo personalizado

El apoyo personalizado está basado en un análisis de la PYME concreta y los ámbitos en los que necesita apoyo; el apoyo se personaliza atendiendo a sus capacidades y recursos específicos (CE, 2007, p. 22).

Estos programas suelen comenzar evaluando el grado de preparación para la internacionalización de las PYME y continúan con el asesoramiento a largo plazo para ayudar a las empresas a crear las capacidades de gestión que se necesitan para hacer negocios a escala internacional. Estos programas suelen complementarse con una serie de medidas para facilitar la ayuda que suele requerirse en los demás ámbitos: información y a veces apoyo para financiar las actividades empresariales internacionales, acceso a la información, redes, etc.

Los programas de apoyo personalizado son, por un lado, holísticos en su visión de la empresa y, por otro, abordan obstáculos específicos a los que se enfrentan las PYME de forma individual al operar a escala internacional. Son, en realidad un «programa de programas» cuyo centro de atención es diseñar una estrategia de internacionalización sostenible para la PYME concreta (CE, 2007, p. 22).

Redes y agrupaciones de empresas

Las redes amplían la capacidad de internacionalizarse de las PYME individuales y siguen siendo un componente vital de dicho apoyo. Hay dos tipos de redes: redes de apoyo y redes de cooperación (CE, 2007, pp. 24-5).

Las **redes de apoyo** tienden a estar gestionadas por el gobierno (por ejemplo, oficinas comerciales en el extranjero) o por grandes asociaciones empresariales. Desempeñan un papel esencial a la hora de dar apoyo a cualquier tipo de internacionalización ya que ofrecen acceso a información que la PYME puede utilizar de forma directa. En esta función, cubren uno de los ámbitos de mayor demanda y más necesarios en relación con las PYME (CE, 2007, pp. 24-5).

Las redes de cooperación se centran en la promoción de la cooperación directa entre empresas. Los estudios indican que los enfoques cooperativos, las alianzas y las redes de PYME aumentarán en el futuro (CE, 2007, pp. 24-5).

Las agrupaciones, las redes de empresas y los consorcios de exportación pueden desempeñar un papel importante para ayudar a las PYME a tener una perspectiva más internacional. En particular, los **consorcios de exportación** desempeñan un papel específico al representar a grupos de empresas que trabajan juntas en un proyecto de desarrollo de las exportaciones. Por ejemplo, estudios recientes han revelado que PYME recién creadas que desarrollan nuevos productos y servicios en un nicho específico a menudo son activas desde el principio en mercados internacionales y su capacidad para exportar se ve reforzada por su pertenencia a una agrupación (CE, 2011 (2), p. 13).

Las PYME integradas en **agrupaciones y redes de empresas** pueden beneficiarse de los contactos, las conexiones de las empresas y los conocimientos formales e informales que fluyen dentro de una agrupación y una red empresarial, así como de los servicios personalizados que prestan las organizaciones de agrupaciones empresariales y redes. Tales beneficios facilitan, por ejemplo, el desarrollo de asociaciones en el extranjero, de manera que las PYME acceden con más facilidad a cadenas de valor mundiales, desarrollan alianzas estratégicas con organismos de investigación

[8] El capítulo 5 ofrece algunos ejemplos de buenas prácticas, con el fin de inspirar medidas prácticas para ayudar a las PYME europeas a hacer negocios a escala internacional y a crecer.

en las agrupaciones o redes equivalentes, amplían sus actividades comerciales en el extranjero, entre otras cosas mediante contratación pública, y obtienen capacidades idóneas y un asesoramiento profesional a su medida (CE, 2011 (2), p. 13).

Las organizaciones de agrupaciones empresariales y de redes deben ser reconocidas en los Estados miembros como importantes facilitadores y deben integrarse en los regímenes de apoyo a las empresas destinados a fomentar la internacionalización de las PYME (CE, 2011 (2), p. 13).

Programas sectoriales

El sector en el que opera una empresa desempeña una parte importante en la «exposición» a los mercados extranjeros, ya que no todas las industrias están igualmente afectadas por la globalización. Las industrias de alta tecnología y tecnología medio-alta están, en general, más internacionalizadas que las industrias que hacen un uso menos intensivo de la tecnología. En este sentido, no hay diferencias importantes entre los sectores de productos y los sectores de servicios. Las empresas de sectores de alta tecnología deberán estar muy especializadas y orientadas a nichos específicos para ser competitivas. Así pues, se recomienda encarecidamente el desarrollo de programas de apoyo personalizados (CE, 2007, pp. 25-26).



© monkeybusinessimages/iStock/Thinkstock

4 Cómo se pueden utilizar los Fondos Estructurales y de Inversión Europeos para proyectos de internacionalización

De las diferentes fuentes de financiación disponibles para programas de internacionalización, estas guías se centran en la más grande: los Fondos Estructurales y de Inversión Europeos (FESI). (Para conocer otras oportunidades de financiación, véase la última edición de «Presentación general de los principales planes comunitarios de financiación para PYME»[9] en el sitio web de la Comisión Europea).

Los reglamentos relativos a los FESI establecen los objetivos temáticos y las prioridades de inversión relacionados con los objetivos de Europa 2020 de impulsar el empleo y el crecimiento en toda la UE.

Los programas se plantean y se gestionan a escala nacional o regional. A la hora de formular los programas, los Estados miembros seleccionan los objetivos más pertinentes para ellos en función de sus necesidades de desarrollo y de las prioridades europeas, tales como las recomendaciones específicas de los países con arreglo a la ronda de coordinación de la política económica del Semestre Europeo, y los principios generales como la necesidad de concentración, la focalización en los resultados y la adicionalidad (es decir, no sustitución de la financiación nacional).

Para garantizar el nivel adecuado de implicación, compromiso y eficacia de los recursos, los Estados miembros implican a todas las partes interesadas socioeconómicas y a todos los niveles administrativos pertinentes.

En la práctica:

- Sobre la base de la estrategia Europa 2020, se celebra un contrato de asociación entre la Comisión y cada Estado miembro para el período 2014-2020, que reúne todos los distintos compromisos de los respectivos Estados miembros para lograr metas y objetivos europeos.
- Cada Estado miembros traduce su contrato de asociación en varios programas operativos que establecen las prioridades de financiación para 2014-2020. Estos programas son gestionados por los organismos de gestión designados a escala regional o nacional por los diferentes Estados miembros.

[9] http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/itemdetail.cfm?item_id=5778&tpa=0&tk=&lang=es

- Durante el período del programa (es decir, desde 2014 hasta 2020), cada organismo de gestión publicará una serie de convocatoria de propuestas para financiar proyectos a escala regional. También se puede presentar un nuevo proyecto como parte de un programa en curso.

De los instrumentos de financiación creados para dar apoyo a la política de cohesión y regional de la UE, el FEDER es, con diferencia, el que más beneficia a las PYME. Su objetivo es reducir las disparidades en el desarrollo de las regiones y apoyar la cohesión social y económica de la UE.

Con el fin de fomentar la creación de PYME e impulsar su competitividad, el FEDER cofinancia actividades en una amplia serie de ámbitos (CE, 2012, pp. 2, 10):

- espíritu de empresa, innovación y competitividad para PYME (por ejemplo, tutoría de empresas, tecnologías innovadoras y sistemas de gestión en PYME, ecoinnovación y mejor uso de la información y de las tecnologías de la comunicación);
- mejora del entorno regional y local para PYME (por ejemplo, acceso a capital en la fase de inicio y crecimiento, infraestructura empresarial y servicios de apoyo, investigación regional y local, desarrollo técnico y capacidad de innovación y cooperación empresarial y capacidad de innovación);
- cooperación transfronteriza e interregional para PYME;
- inversión en recursos humanos (junto con financiación del Fondo Social Europeo).

La competitividad de las PYME es uno de los 11 objetivos temáticos de la nueva política de cohesión. Sus prioridades en materia de inversión para mejorar la competitividad de las PYME son las siguientes[10]:

- la promoción del espíritu empresarial, en particular facilitando el aprovechamiento económico de nuevas ideas e impulsando la creación de nuevas empresas, también mediante viveros de empresas;
- el desarrollo y la aplicación de nuevos modelos empresariales para las PYME, en particular para su internacionalización;
- el apoyo a la creación y ampliación de capacidades avanzadas para el desarrollo de productos y de servicios;
- el apoyo a la capacidad de las PYME para crecer en los mercados regionales, nacionales e internacionales, y para implicarse en procesos de innovación.

Se puede encontrar más información en el sitio web de la Dirección General de Política Regional de la Comisión Europea[11]

En «En su país» también encontrará:

- un listado de los organismos de gestión de los Fondos Estructurales en cada Estado miembro;
- un resumen de los programas disponibles en cada región.

En «Qué hacemos / Los Fondos» encontrará:

- información sobre el acceso a los fondos.

En «Fuentes de información / Publicaciones / Folletos y fichas» encontrará:

- una guía para los organismos de gestión del FEDER sobre cómo diseñar medidas de apoyo adecuadas para ayudar a las PYME a maximizar los beneficios de las estrategias regionales de «especialización inteligente».

¿Cómo se solicita asistencia de la UE?

Las empresas, las instituciones educativas, los institutos de investigación, los ayuntamientos y otras organizaciones, o una combinación de ellas, pueden presentar proyectos para solicitar cofinanciación de la UE. Si pertenece a uno de estos grupos y tiene una idea para un proyecto con el objetivo de ayudar a que las PYME sean más competitivas operando a escala internacional:

[10] Véase el Reglamento (UE) nº 1303/2013 («Reglamento por el que se establecen disposiciones comunes»), y los Reglamentos específicos de los fondos en: http://ec.europa.eu/regional_policy/information/legislation/index_es.cfm

[11] http://ec.europa.eu/regional_policy/index_es.cfm

1. Si desea obtener fondos de la UE, asegúrese de que la duración y el alcance del proyecto son limitados. Necesitará un plan de proyecto que incluya el objeto del proyecto, los objetivos y las fases, la división del trabajo, el presupuesto y el plan de financiación y un calendario para la puesta en marcha.

2. Busque información sobre los programas operativos para su región y sobre quién es su autoridad de gestión. La autoridad de gestión suele tener un sitio web donde se establecen los procedimientos para solicitar financiación, los plazos y el porcentaje de cofinanciación.

3. Presente su proyecto en respuesta a una «convocatoria de propuestas» adecuada.

Para más información sobre el acceso a los Fondos Estructurales de la UE, consulte la guía «Cómo utilizar los Fondos Estructurales para apoyar la política de emprendimiento y PYME»[12].

[12] http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/regional-sme-policies/index_en.htm



© David Sacks/Photodisc/Thinkstock

5 Ejemplos de buenas prácticas

El objetivo de este capítulo es servir de inspiración ofreciendo ejemplos de programas de internacionalización eficaces gestionados por varias regiones y Estados miembros. Tenga en cuenta que las medidas propuestas para la financiación ESI tienen que cumplir las disposiciones pertinentes del Reglamento por el que se establecen disposiciones comunes, los reglamentos específicos de los fondos y las normas de cofinanciación de los programas operativos específicos[13].

En 2008, la Comisión Europea publicó un folleto sobre buenas prácticas en este ámbito: «Apoyo a la internacionalización de las PYME – Selección de buenas prácticas»[14]. Presenta 27 ejemplos y puede descargarse en el sitio web Europa. Encontrará algunos de estos ejemplos dentro del primer grupo más adelante. El segundo grupo incluye proyectos cofinanciados por los Fondos Estructurales de la UE entre 2007 y 2013 (CE, 2013). El tercer grupo consiste en proyectos de apoyo evaluados en un estudio de 2011 (EIM 2011, pp. 67-77).

.

[13] http://ec.europa.eu/regional_policy/information/legislation/index_es.cfm
[14] http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/documents/internationalisation/

	Buenas prácticas	País	Buenas prácticas para las siguientes tareas de apoyo*:
	GRUPO 1		
A	Programas de formación: programa regional para promover las exportaciones y la internacionalización de las PYME	Noruega	3, 8
B	PYME y finanzas transfronterizas	Países Bajos	2, 4
C	PIPEnet	España	6, 8
D	Contratos de desarrollo e investigación industrial (IRDC, en sus siglas en inglés)	Noruega	4, 6, 7
E	«Move or stay and improve»	Suecia	2, 7, 8
F	«First flight»	Irlanda	2, 3, 8
G	Programa de incubación	Italia	8
H	Red transnacional – Artesanado en la Gran Región	Luxemburgo	2, 8, 9
	GRUPO 2: COFINANCIADOS POR LOS FONDOS ESTRUCTURALES DE LA UE		
I	BioFix	Estonia	9
J	Crecimiento de las agrupaciones empresariales en Europa Central	varios	3, 5
K	Innovación en el Mar Báltico	varios	4
L	Expansión de agrupaciones empresariales en el Báltico	varios	3, 5
M	Un modelo escandinavo para empresas dirigidas por mujeres	varios	1, 5, 7
N	Energía sostenible procedente de la madera de Carelia del Norte	Finlandia	3, 5, 6
O	Inversiones digitales en el sector del turismo de Grecia	Grecia	4, 7
P	«Drive for growth» (Impulso al crecimiento)	varios	5
Q	Plataforma de marketing inteligente para pequeñas empresas de diseño	Reino Unido	2, 3, 6, 8
	GRUPO 3 — PROYECTOS DE APOYO EVALUADOS		
R	Grupos de socios de exportación como facilitadores de internacionalización	Finlandia	2, 3, 8
S	Iniciativa de exportación para las energías renovables	Alemania	2, 4
T	«Prepare2start»	Países Bajos	2, 4, 8
U	Oficinas de apoyo a la empresa de Países Bajos	Países Bajos	2, 8
V	Swedpartnership	Suecia	4
W	Programa de acceso a ferias de UK Trade & Investment	Reino Unido	4
X	Política internacional de desarrollo de Escocia	Reino Unido	2, 4, 8

*** Tareas de apoyo:**

1. Aumento de la sensibilización
2. Información de alto valor
3. Programas de desarrollo de los recursos humanos
4. Apoyo a las necesidades económicas de la internacionalización
5. Promoción de las redes
6. Apoyo a la internacionalización de los servicios
7. Utilización de la internacionalización para aumentar la competitividad
8. Apoyo personalizado
9. Zonas fronterizas y cooperación transfronteriza

5.1. Proyectos de apoyo, grupo 1

A	Noruega
	Programas de formación: **Programa regional para promover la exportación e internacionalización de las PYME**

Tema, objetivo y zona geográfica

Este programa regional aspira a aumentar la competitividad de las PYME mediante el fomento y el apoyo de la exportación y la internacionalización.

Breve descripción de la práctica

El programa está basado en un concepto desarrollado para las PYME que tienen el potencial y las capacidades de aumentar su competitividad mundial a través de la innovación y de la internacionalización. Es un programa de desarrollo empresarial donde las empresas participan en un proceso de desarrollo de 12 a 14 meses. Innovation Norway facilita a las empresas subvenciones para un proyecto de desarrollo empresarial.

El programa está dividido en cuatro fases:

The programme is divided into four phases:

1. Identificación y evaluación de las necesidades y de los ciclos de vida de las empresas interesadas, es decir, si desean y pueden beneficiarse del programa y si están listas para ello.
2. Análisis de la capacidad de la empresa en lo relativo a los mercados innovadores y al desarrollo de tecnología; ello constituye la base para los proyectos relativos a los mercados y a la tecnología que se han de ejecutar.
3. Planificación: ayudar a la empresa a desarrollar un plan para su proyecto relativo a los mercados o a la tecnología.
4. Ejecución: ayudar a las empresas a ejecutar sus proyectos a través de un apoyo adaptado, mediante distintos servicios relativos a la aptitud, la asesoría, la creación de redes y la financiación.

Información adicional

En 1999, los condados de Sor-Trondelag y Nord-Trondelag tomaron la iniciativa de crear un programa más sólido y coordinado de apoyo a la internacionalización de las empresas de la región. A partir de un estudio previo, en 2001 se inició un programa de tres años financiado por los condados e Innovation Norway. El programa se prolongó después de 2003 tras una evaluación positiva de los primeros tres años. El programa ha creado y gestiona varias redes sectoriales en los condados. A finales de 2005 había cinco redes distintas: medio ambiente, salud, energía, TIC, petróleo y gas.

Evaluación/resultados

Durante el período 2001-2003, más de 300 empresas participaron en una o varias actividades del programa, y más de 170 empresas fueron analizadas pormenorizadamente. Las empresas participantes incrementaron sus exportaciones en una media del 7 % en total. La estrecha colaboración entre la Cámara Regional de Comercio, las asociaciones de exportación, Innovation Norway, los consultores privados, las instituciones de investigación y educación, las Comunidades y los Consejos de Condado ha dado lugar a una mayor calidad y a un apoyo más específico de la internacionalización de las PYME.

Información de contacto

Christian Peter Haugen
Asesor principal – Innovation Norway
Tel. (47) 74 13 54 00 – Fax (47) 74 13 54 01
Correo electrónico: christian.peter.haugen@invanor.no
www.innovasjonnorge.no

(Fuente: CE, 2008, p. 18)

B	Países Bajos
	Programas de formación: **PYME y finanzas transfronterizas**

Tema, objetivo y zona geográfica

La información sobre productos y asuntos financieros es fragmentada y carece de transparencia. Ello constituye un problema especialmente para las PYME que quieren internacionalizarse y necesitan financiación y un plan sobre cómo prepararse al efecto. Nuestro objetivo es mejorar el acceso de las PYME a financiación recopilando la información disponible y ofreciéndola en un archivo de red. Para conseguirlo, cooperamos con el sector privado, incluidas las confederaciones de bancos (NVB) y PYME (MKB-NI), por lo que el impulso viene dado por la demanda. El fichero de red es aplicable a escala mundial y está dirigido a las PYME holandesas y a sus socios. La práctica fue iniciada por la Junta de Comercio Holandesa, DTB (junta de carácter público y privado que asesora al Gobierno) y fue ejecutada por nuestra agencia de actividades empresariales y cooperación internacionales, la EVD.

Breve descripción de la práctica

El archivo de red (www.internationaalondernemen.nl/mkb-financiering) presenta en Internet los productos del sector financiero privado, el Estado, la UE y las instituciones multilaterales. Se incluyen productos especiales como el seguro de crédito a la exportación y los índices de solvencia crediticia internacionales y otros como la facturación, el capital de riesgo, los hábitos de pago, el arrendamiento financiero (leasing) y las hojas de ruta, lo que puede ser muy útil para las finanzas transfronterizas. Los productos aparentemente heterogéneos están homogeneizados, es decir, agrupados y presentados de manera simple y fácil de utilizar, en comparación con lo referente a condiciones y precios. Así que el visitante puede encontrar la información muy rápidamente, gracias a que las páginas son breves pero detalladas y se facilitan «enlaces profundos» con la página correcta del sitio web de los proveedores. La EVD aún está mejorando la información: hojas de ruta simples, casos empresariales y, pronto, referencias a asesores financieros/jurídicos para las PYME (auditores, abogados), etc.

Grupo destinatario

El grupo destinatario está formado por las PYME holandesas que exportan, invierten y participan en la cooperación transfronteriza. Está formado aproximadamente por 75 000 empresas (de las cuales alrededor de 70 000 exportan). La mayoría (se estima que el 80 %) no necesita información/asesoramiento externo sobre financiación pues pueden gestionarla por sí mismas o junto con sus clientes extranjeros. Por lo tanto, el grupo destinatario potencial está formado por aproximadamente 15 000 PYME. Nuestra experiencia es que los asesores de PYME (auditores, cámaras de comercio, abogados, etc.) también encuentran la información muy útil.

Resultados esperados o logrados

La respuesta del sector financiero, las Cámaras de Comercio, la Confederación de PYME, etc. es muy positiva. Parece que hemos descubierto un nicho de mercado. Esto se confirma por:

- **el número de visitantes contabilizado**. La EVD ha mejorado sus instrumentos de medición del número de visitantes para corregir los números de visitas de buscadores web (motores de búsqueda), lo que permite obtener una imagen clara del número de visitantes únicos. Los resultados: aproximadamente 3 900 visitantes únicos en 2007. Este es un buen resultado si se compara con otras partes del sitio web, especialmente si se tiene en cuenta el nicho «especializado» que cubre.
- **la clasificación de la página en Google**. El archivo tiene alrededor de 80 páginas y en un 85 % de los casos aparecen en los tres primeros resultados cuando se busca en Google, lo que indica su grado de popularidad. También significa que un «cliente» encuentra el tema en el archivo web casi al momento.

Información de contacto

EVD
Juliana van Stolberglaan 148
2595 CL La Haya, Países Bajos
Tel. (31-70) 778 80 79
Correo electrónico: brouwer@evd.nl

(Fuente: CE, 2008, p. 24)

C	España
	Programas de formación: **PIPEnet**

Tema, objetivo y zona geográfica

Promover las estrategias de actividades empresariales internacionales para cada empresa utilizando servicios personalizados de asesoría y las herramientas tecnológicas más apropiadas. PIPEnet optimiza las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) para las PYME participantes. La medida está destinada al conjunto de España.

Breve descripción de la práctica

La medida ha sido desarrollada y es dirigida por el Instituto Español de Comercio Exterior con el apoyo financiero de la Comisión Europea (cofinanciación). Proporciona un plan estratégico mediante reuniones con la empresa realizadas por una consultoría. El plan incluye dos proyectos de investigación: el primero hace referencia a la situación de las nuevas tecnologías en los países objetivo y el segundo a empresas de referencia en el sector de Internet. También tiene en cuenta la tecnología, el presupuesto y las necesidades de personal de la empresa. Durante el primer año después de la entrega de la documentación final, la consultoría está a disposición de la PYME para facilitarle asistencia técnica en relación con el plan. Las empresas participantes pagan el 20 % del coste del servicio de asesoría personalizado y el ICEX financia el 80 % restante, hasta un total de 6 000 EUR.

Grupo destinatario

Todos los sectores, incluidos los servicios, y empresas de todas las regiones en España. Solamente para las PYME que exportan menos de un 30 % de su volumen de negocios.

Resultados esperados o logrados

En los tan solo dos años que PIPEnet lleva funcionando, alrededor de 1 500 empresas han realizado la reunión inicial de asesoría con un experto y más de 300 han finalizado la totalidad del programa de consultoría.

Testimonio

Julio Gabriel Esteban, Director de Exportación, NIKAI
«Éramos conscientes de las posibilidades de Internet, pero desconocíamos la forma de implantarlas [...]. Es un activo para adquirir eficiencia, ayudando a la red comercial, construyendo una marca fuerte y para distinguirse finalmente de la competencia.»

CREYCONFE, Madrid
«Ha sido una experiencia notable para la empresa. Nos ayudará a aprovechar Internet más eficientemente (...). Estamos mejorando actualmente nuestro sitio Internet con el nuevo contenido. En un futuro próximo planeamos implementar herramientas B2B».

Información de contacto

Directora de Iniciación a la Exportación y Nuevos Proyectos
ICEX — Instituto Español de Comercio Exterior
Paseo de la Castellana, 18, 5ª planta
E-28046 Madrid
Tel (34) 91 349 6335
Fax (34) 91 349 0686
Correo electrónico: mar.castro@icex.es
www.portalpipe.com

(Fuente: CE, 2008, p. 29)

D	Noruega

Programas de formación:
Contratos de desarrollo e investigación industrial (IRDC en sus siglas en inglés)

Tema, objetivo y zona geográfica

El objetivo de este programa es estimular y reforzar la capacidad de los pequeños y medianos proveedores de llevar a cabo la investigación y el desarrollo orientados al mercado de productos y servicios nuevos e innovadores en estrecha colaboración con un cliente exigente. Puesto que la actividad extranjera, en términos de colaboración en materia de innovación, genera una mayor entrada de innovación, las empresas extranjeras son particularmente bien recibidas como socios.

Breve descripción

Cada vez hay mayor conciencia a escala internacional del gran potencial empresarial que radica en una estrecha colaboración entre un proveedor y un gran cliente exigente con un interés común: desarrollar un producto o un servicio nuevo y único. Un contrato de investigación y desarrollo industriales (IRDC, en sus siglas en inglés) es un acuerdo obligatorio entre dos o más empresas para cooperar en el desarrollo de un nuevo producto, proceso o servicio de vanguardia. El cliente debe ser un líder de mercado, profesionalmente reconocido y con un amplio acceso al mercado. Las propias partes definirán el contenido de tal manera que obtengan el máximo beneficio del plan de apoyo. Un contrato de investigación y desarrollo industriales puede solamente concederse a proyectos de un nivel excepcional de innovación y creación de valor, gran adicionalidad y potencial de mercado claramente definido.

Se requiere que las empresas cumplimenten y presenten una solicitud oficial a Innovation Norway. En un proyecto IRDC, una de las partes, denominada «proveedor», debe ser clasificada, por lo general, como una empresa de desarrollo más pequeña (PYME). Si una empresa cumple estos requisitos, se puede otorgar un contrato hasta un máximo del 35 % de los costes subvencionables. Si el proveedor no es una PYME, solamente puede concederse un máximo del 25 % de los costes del proyecto.

Grupo destinatario

PYME con clientes nacionales o extranjeros.

Resultados esperados o logrados

Una evaluación realizada en 2007, basada en más de 1 200 proyectos financiados en el período 1995–2005, mostró que el 44 % resultaron éxitos comerciales. Solamente el 12 % de los proyectos fracasaron. Las empresas con un personal altamente formado, una estrategia de innovación y socios internacionales fueron las que cosecharon los mayores éxitos. Los proyectos han creado un volumen de negocios y exportaciones sustanciales equivalentes por lo menos a las subvenciones totales durante los últimos 10 años (más de 1 400 millones de coronas noruegas en 1995-2005). Se considera que los IRDC son uno de los sistemas más acertados de apoyo de Innovation Norway, que fomentan al mismo tiempo la innovación y la internacionalización.

Información de contacto

Per Niederbach, Director
Innovation Norway
Correo electrónico: per.niederbach@invanor.no
Tel. (47) 22 00 25 00
Fax (47) 22 00 25 01
www.innovasjonnorge.no

(Fuente: CE, 2008, p. 33)

E	Suecia
	Programas de formación: **«Move or stay and improve»: herramienta para el cálculo rentable de la internacionalización de las PYME**

Tema, objetivo y zona geográfica

Esta medida pretende facilitar a las PYME información detallada sobre más variables que solo el coste de la mano de obra en otros países que les permita adoptar decisiones más seguras en relación con las actividades empresariales internacionales. Empresas manufactureras de toda Suecia han utilizado esta herramienta de cálculo en combinación con la asesoría.

Breve descripción

«Move or stay and improve» fue creado por la Agencia de Desarrollo ALMI. 35 asesores han recibido formación para el uso de la herramienta. Es una herramienta informática basada en el informe de resultados y el balance de las PYME. Se indican las cifras correspondientes a 18 factores distintos para comparar la situación en 10 países diferentes. En el cálculo es posible ver cómo cambiarán los ingresos de la empresa si se trasladan las actividades empresariales a diversos países. Se está desarrollando actualmente la herramienta para simular diversas actividades de mejora si la empresa elige permanecer en el país y ver qué efecto deberían surtir estas actividades en los ingresos de la empresa. Cada año se actualizan las cifras de la herramienta. Esta herramienta hace que las empresas trabajen con su productividad en vez de trasladar la producción, lo que refuerza la dimensión europea porque se anima a las empresas a pensar en maneras de cooperar con empresas europeas en vez de centrarse en la producción en Asia.

Grupo destinatario

PYME que piensan trasladar sus actividades fuera de Suecia o empresas que deseen comprobar su competitividad internacional.

Resultados esperados o logrados

Un total de 104 empresas han utilizado la herramienta informática para evaluar si ganarían o perderían trasladando la producción. De esas, 52 empresas han elegido hacer su producción más eficiente y 12 han elegido trasladar toda o una parte de su producción al extranjero. Cuarenta empresas han utilizado la herramienta para otras finalidades como el análisis de competencia, el análisis de rentabilidad o simplemente como documento para discusiones estratégicas internas. Se realizaron un total de 128 actos para informar al público sobre la herramienta.

Testimonios

«Tenemos ahora una excelente base de decisión para emprender la próxima fase de nuestro desarrollo».
«Esta debería ser una herramienta útil para muchas empresas incluso si no piensan trasladar su producción».

Información de contacto

Bjorn Olanders
Agencia de Desarrollo ALMI
Correo electrónico: bjorn.olanders@almi.se
Ulla Rolf
Red Enterprise Europe Network ALMI
Apartado de correos 1501
S-351 15 Vaxjo
Correo electrónico ulla.rolf@almi.se

(Fuente: CE, 2008, p. 32)

F	Irlanda
	Programas de formación: **«First flight»**

Tema, objetivo y zona geográfica

«First flight» aspira a ayudar a las empresas, mediante la evaluación y el desarrollo de sus capacidades clave, a gestionar los riesgos, el tiempo y los gastos asociados a la internacionalización.

Breve descripción de la práctica

«First flight» es un proceso diseñado para ayudar a los clientes a dar respuesta a sus necesidades en relación con el desarrollo internacional, pues desarrollar nuevos mercados es un aspecto esencial del desarrollo empresarial que es costoso y que exige mucho tiempo. El programa «First flight» ayuda al equipo de dirección de la empresa a estructurar el proceso de planificación en un orden sistemático y coherente introduciendo la amplia serie de asuntos que hay que tener en cuenta.

Un cuestionario, que la empresa cumplimenta con la ayuda de un consejero de desarrollo, evalúa la empresa en las siguientes áreas: visión del conjunto de la empresa, resultados de la empresa, recursos de dirección, conocimiento del mercado, caso de empresa (business case), y presupuestos y financiación.

A continuación, se esboza un plan de acción con la empresa, que puede beneficiarse de una gama amplia de apoyos de Enterprise Ireland (EI), entre los que cabe citar:

- acceso a la oferta de servicios de EI desde la red internacional, por ejemplo, investigación de mercados;
- desarrollo de la capacidad de gestión a través de la participación en diversos programas de formación;
- acceso a la red de tutoría en áreas específicas, por ejemplo, planificación financiera, desarrollo de mercados, etc.;
- participación en misiones comerciales;
- suministro de personas clave (con las cualificaciones requeridas) si procede.

Grupo destinatario

«First flight» es un servicio de Enterprise Ireland dirigido específicamente a empresas que son nuevos exportadores o se hallan en una de las primeras fases de la exportación (exportaciones inferiores a 30 000 EUR).

Resultados esperados o logrados

«First flight» proporciona información muy valiosa y de gran incidencia que puede ser utilizada directamente por las PYME participantes. El proceso está concebido para minimizar el riesgo para la empresa y está adaptado a las necesidades de esta. «First flight» es considerado el primer paso de una estrategia a largo plazo de internacionalización y exportación.

Información de contacto

Neil Cooney
Departamento de Políticas de Enterprise Ireland
Glasnevin, Dublín 9
Irlanda
Tel. (353-1) 808 20 00
Fax (353-1) 808 20 20
Correo electrónico: neil.cooney@enterprise-ireland.com
www.enterprise-ireland.com

(Fuente: CE, 2008, p. 36)

G	Italia
	Programas de formación: **Programa de incubación**

Tema, objetivo y zona geográfica

Este programa es un planteamiento innovador con respecto a las necesidades de las PYME, que empieza con el contacto directo con las empresas a través de una «campaña de escucha» y que después les ofrece compartir con ellas los riesgos y los éxitos. Esta medida se aplica a toda Italia.

Breve descripción

El Servicio de Asistencia de Especialistas (SAS, en sus siglas en inglés) tiene como objetivo proporcionar una ayuda adaptada completamente a las necesidades del cliente: búsqueda de clientes, selección de socios, análisis de mercado y de competitividad. El Servicio de Incubación para la Internacionalización (SIPI, en sus siglas en inglés) tiene como meta apoyar a las PYME que no pueden costearse el desafío de la internacionalización. El servicio ofrece compartir los riesgos y los éxitos. En especial, aspira a actuar como incubadora desarrollando las ventas de las empresas en el mercado objetivo. Existe un acuerdo de cooperación con asociaciones nacionales de directivos con el objetivo de facilitar expertos o tutores bien preparados.

Grupo destinatario

Los usuarios más frecuentes son empresas pequeñas y microempresas, sin limitación de sector, dimensión o volumen de negocios.

Resultados esperados o logrados

Desde que el servicio empezó a funcionar, ha prestado servicios de internacionalización a 261 empresas: 249 con arreglo al SAS, 10 en el contexto del SIPI y dos en el contexto del acuerdo con asociaciones de directivos.

Testimonio

Dott.sa Barbara Calvani, Directora de Exportación, Centerglass Line, spa «... tras la misión comercial de Casablanca, organizada a través del apoyo de los servicios de especialistas para la internacionalización, Centerglass Line está desarrollando actividades empresariales con algunos operadores marroquíes y está vendiendo sus productos en el mercado. Quisiera expresar mi satisfacción con el personal de los servicios de especialistas y espero continuar esta colaboración».

Información de contacto

Director comercial de Promofirenze
Agencia Especial de la Cámara de Comercio e Industria de Florencia
Red Enterprise Europe Network
Via Por S. Maria —
Palazzo Borsa Merci
I-50122 Florencia
Tel. (39) 055 267 16 48
Fax (39) 055 267 14 04
Correo electrónico: gianpaolo.gansi@promofirenze.com
www.promofirenze.com

(Fuente: CE, 2008, p. 37)

H	Luxemburgo

Programas de formación:
Red transnacional — Artesanado en la Gran Región

Tema, objetivo y zona geográfica donde es aplicable

El objetivo de este programa consiste en el desarrollo de actividades transfronterizas de las PYME del sector del artesanado mediante actividades de información, apoyo y creación de redes, y acompañando a las empresas del artesanado en los mercados transfronterizos, a saber, la Gran Región: el Sarre, la Lorena, Luxemburgo, Valonia y Renania-Palatinado, que engloba las regiones fronterizas de Luxemburgo, Alemania, Francia y Bélgica.

Breve descripción de la práctica

La localización geográfica de Gran Región abarca territorio alemán, luxemburgués, belga y francés y es adyacente a otras a dos regiones fronterizas importantes: una está formada por Maastricht (Países Bajos), Renania del Norte-Westfalia y la provincia de Lieja; la otra incluye Alsacia, Baden-Wurttemberg y Basilea (Suiza). Esta amplia variedad representa un desafío comercial y en el ámbito de la competencia para las empresas de artesanía. Los empresarios de los distintos oficios del sector tienen que solucionar dificultades administrativas, jurídicas, técnicas, lingüísticas y culturales. Este proyecto, mediante un concepto integral, utiliza las modernas tecnologías de la comunicación para desarrollar una «red de información y asesoramiento».

Con este fin se han producido un CD-ROM y se ha creado un sitio web para el artesanado en la Gran Región. En ellos figuran los procedimientos, normas y formularios de solicitud que las empresas de artesanado deben conocer en sus ramos específicos para acceder a los mercados transfronterizos. Los principales ámbitos cubiertos son los siguientes:

- desarrollar un «método de diagnóstico» común destinado a los artesanados, a fin de suministrar información a las empresas, basada en un asesoramiento individual y relacionado con una red;
- realizar campañas de sensibilización a través de «foros de intercambio»;
- utilizar un sistema de acompañamiento para el seguimiento de empresas con experiencia transfronteriza (encuestas estructurales y encuestas cíclicas comparativas);
- presentación estructurada y sucinta de información temática relacionada con la artesanía en la Gran Región.

Grupo destinatario

Las PYME del sector del artesanado de las cinco regiones de la Gran Región, lo que representa un total de 156 975 empresas: 4 258 en Luxemburgo, 11 155 en el Sarre (Alemania), 47 027 en Renania-Palatinado (Alemania), 27 535 en la Lorena (Francia) y 67 000 en Valonia (Bélgica).

Información de contacto

Marc Gross
Consejo Interregional Saar-Lor-Lux
de Cámaras de Artesanado
2, circuit FIL
L-1347 Luxemburgo
Correo electrónico: marc.gross@cdm.lu

Christiane Bram
Red Enterprise Europe Network/PYME
Cámara de Oficios
2, circuit FIL
L-1347 Luxemburgo
Correo electrónico: christiane.bram@cdm.lu

http://www.cdm.lu/
CD-ROM: «Mercados transnacionales - Artesanado sin fronteras»

(Fuente: CE, 2008, p. 42)

5.2. Proyectos de apoyo, grupo 2: cofinanciados por los Fondos Estructurales de la UE

No todos los proyectos siguientes están centrados en la internacionalización, pero contribuyen directamente a ella.

I	Estonia
	Programas de formación: **BioFix — Agua pura y un negocio sólido**

Este programa permitió a una PYME innovadora desarrollar un procedimiento medioambiental e introducirlo con éxito en los mercados de sus países vecinos.

Contexto

En Estonia, la agencia gubernamental Enterprise Estonia (Ettevõtluse Arendamise Sihtasutus, EAS) es una de las instituciones responsables de gestionar los Fondos Estructurales en la UE. Con la ayuda del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), dirige varios proyectos de apoyo a la empresa, destinados a la investigación y al desarrollo, la exportación y las empresas de nueva creación. La EAS ofrece asesoramiento en todas las cuestiones relativas a patentes, tecnologías y servicios innovadores, desarrollo empresarial, competencia, etc., tanto en la fase de estudios preliminares como antes de la presentación del proyecto principal.

Proyecto BioFix

Creado en 1992, Fixtec es una pequeña empresa que trabaja en el ámbito de la tecnología medioambiental, que desarrolla internamente o importa. Empezó fabricando pequeñas depuradoras orgánicas de agua residual llamadas «BioFix», para domicilios privados, residencias, hoteles, etc. La idea nació a consecuencia de la gran demanda existente en el mercado finlandés. Conocida por su estricta normativa en materia de medio ambiente, en Finlandia la purificación del agua residual bioquímica es un requisito desde 2003, incluso para domicilios privados. No obstante, Fixtec se dio cuenta de que la mayoría de los fabricantes no ofrecían este tipo de depuradoras, y de ahí nació este proyecto para desarrollar el producto y exportarlo al mercado finlandés.

Por el momento, Finlandia constituye el principal mercado, pero Fixtec también produce para los mercados estonio y letón: en estos dos países hay que tratar el agua residual antes de liberarla al medio natural.

Socios

Se contrató a dos asesores estonios (un investigador y un ingeniero/diseñador) para dirigir el proyecto. Se desarrolló una estrecha colaboración con una serie de empresas extranjeras. Los análisis del agua se realizaron en laboratorios homologados de Estonia. Las pruebas para obtener la marca CE se realizaron en Finlandia.

Resultados

La iniciativa BioFix es un ejemplo del modo de aprovechar bien la financiación en un contexto regional. Con la ayuda de un programa financiado conjuntamente por la UE, Fixtec desarrolló con éxito este nuevo producto y nuevos procesos, al tiempo que se introdujo en nuevos mercados. En 2006 BioFix ya había vendido a varios cientos de clientes en Finlandia. La EAS ayudó a desarrollar el plan empresarial para exportar el producto a gran escala.

Información técnica

Programa: Objetivo 1 Estonia 2004-2006
Inversión total: 43 460 EUR – Inversión de la UE: 14 380 EUR

Contacto:
Fixtec – Väike-Ameerika 15 – EE-10129, Tallin – Estonia
Director gerente: Mait, Põldemaa
Tel.: +372 646 6305 – Correo electrónico: fixtec@fixtec.ee – Web: www.fixtec.ee/

Fecha de redacción: 01/09/2006 (Fuente[15])

[15] http://ec.europa.eu/regional_policy/projects/stories/details_new.cfm?pay=EE&the=51&sto=1533&lan=7&region=ALL&obj=ALL&per=2&defL=EN.

J **Italia, Hungría, Austria, Polonia, Eslovenia, Eslovaquia**

Programas de formación:

Aumento de las agrupaciones empresariales en Europa Central para mejorar la competitividad y la innovación

El concepto de las agrupaciones industriales de los proveedores y las empresas interconectadas que cooperan en industrias similares o relacionadas se considera un importante medio para incrementar la productividad y ofrecer desarrollo e innovación económica. Las agrupaciones empresariales pueden desempeñar un papel activo a la hora de impulsar la competitividad de una región haciéndola más atractiva, fomentando la investigación, intercambiando buenas prácticas y dando apoyo a las pequeñas y medianas empresas.

El proyecto transnacional «Cooperación en red y agrupaciones empresariales para el éxito empresarial en Europa Central» (CNBC, en sus siglas en inglés), que está operativo en siete países de Europa Central, tiene como objetivo ayudar a las agrupaciones empresariales y a sus gestores a mejorar las capacidades de gestión, optimizar su oferta de servicios y expandirse internacionalmente. Estos objetivos se han logrado en parte organizando formación para gestores de agrupaciones empresariales con el objetivo de desarrollar un currículo conjunto y un manual de formación detallado para ellos.

Si bien el proyecto CNCB está dirigido principalmente a las agrupaciones empresariales de Europa Central, también está abierto a instituciones educativas, responsables políticos y agencias de innovación.

Amplia gama de sectores

A pesar de que las agrupaciones empresariales se encontraban en diferentes niveles de desarrollo organizativo en los diferentes países de Europa, en el proyecto CNBC participó una amplia gama de sectores industriales incluidas las agrupaciones empresariales de las energías alternativas, la ropa, el diseño, la aviación, los plásticos y la automoción. Los fondos del proyecto se destinaron principalmente a los costes de personal necesarios para llevar a cabo las encuestas de las empresas participantes, a las actividades de comunicación y difusión (incluida la creación de un sitio web) y a la organización de conferencias en las que se presentaron las conclusiones de la encuesta.

Además de la elaboración del manual de formación, el proyecto también llevó a la publicación de un manual sobre optimización de agrupaciones empresariales y a un tercer manual sobre internacionalización.

Se espera que se creen entre 10 y 20 puestos de trabajo como resultado del proyecto, principalmente en organizaciones de agrupaciones empresariales.

Información técnica

Programa: FEDER para el período de programación 2007-2013
Inversión total: 2 129 157 EUR
Inversión de la UE: 1 715 630 EUR

Contacto:

Organismo de gestión:
Ciudad de Viena, departamento 27 — Asuntos Urbanísticos
Schlesingerplatz 2
A-1080 Viena
Austria
Heinrich Weber
Tel.: +43 1400027050
Correo electrónico: Heinrich.weber@wien.gv.at

Beneficiario:
Clusterland Upper Austria Ltd (socio principal)
Hafenstraße 47-51
A-4040, Linz
Austria
Responsable del proyecto: Andreas Geiblinger
Tel.: +43 798105086
Fax: +43 798105080
Correo electrónico: andreas.geiblinger@clusterland.at

Fecha de redacción: 31/10/2013 (Fuente[16])

[16] http://ec.europa.eu/regional_policy/projects/stories/details_new.cfm?pay=IT&the=51&sto=2821&lan=7&region=ALL&obj=ALL&per=2&defL=EN.

K **Alemania, Estonia, Letonia, Lituania, Polonia, Suecia, Noruega**

Programas de formación:

La innovación en el Mar Báltico impulsada con nuevas herramientas para el comercio

La región del Mar Báltico es conocida por su sólida economía innovadora y basada en el conocimiento, y las PYME desempeñan un papel fundamental en este proceso de innovación. Sin embargo, las PYME tienen a menudo dificultades para garantizar la financiación de proyectos transnacionales y de innovación. Con el fin de abordar este tema, el proyecto JOSEFIN (Financiación conjunta de PYME para la Innovación, en sus siglas en inglés) ofrece servicios financieros integrados a PYME de la región del Mar Báltico, en los que se incluye entrenamiento (*coaching*) individual y asesoramiento personalizado.

Aprovechar el potencial de la innovación

La asociación JOSEFIN comprende los principales agentes del proceso de innovación: incubadoras de empresas, agencias de desarrollo empresarial, tales como socios de la red Enterprise Europe Network, autoridades públicas responsables del desarrollo y ejecución de políticas, instituciones de financiación pública y organizaciones de desarrollo de tecnología e investigación. Juntos han desarrollado modelos y enfoques así como herramientas e instrumentos concretos en los países implicados mejorando el acceso a la financiación y a la cooperación así como a la internacionalización de las empresas.

El proyecto estableció nuevos fondos de garantías de préstamos para respaldar los préstamos a PYME con servicios de entrenamiento (coaching) integrados, reduciendo así el riesgo de impago de los bancos que financian los proyectos transnacionales y de innovación de las PYME. Además, se han firmado nuevos acuerdos para emplear iniciativas de la UE como JEREMIE y el mecanismo de garantía para las PYME del programa PIC administrado por el Fondo Europeo de Inversiones. Hasta la finalización del proyecto, en enero de 2012, las garantías de préstamo JOSEFIN ayudaron a generar préstamos a las PYME de en torno a 150 millones EUR en total, y muchos más una vez finalizado.

Contacto:

Secretaría Técnica Conjunta Rostock
Investitionsbank Schleswig-Holstein
Grubenstrasse 20
18055 Rostock, Alemania
Tel.: +49 381 45484 5281
Fax: +49 381 45484 5282
Correo electrónico: info@eu.baltic.net
Sitio web: http://www.josefin-org.eu

Fecha del proyecto: 04/01/2010, actualizado en 2014 (Fuente[17])

[17] http://ec.europa.eu/regional_policy/projects/stories/details_new.cfm?pay=LV&the=51&sto=1661&lan=7&region=ALL&obj=ALL&per=2&defL=EN.

L	Dinamarca, Letonia, Suecia

Programas de formación:

Agrupaciones empresariales del Báltico empiezan a expandirse

Las agrupaciones empresariales ofrecen oportunidades ideales para combinar talento y recursos a la hora de producir servicios y productos. Para mejorar el modo en que estas agrupaciones operan en Dinamarca, Letonia y Suecia, el proyecto «Región del Mar Báltico - Programa de Creación de Capacidades» (BSR-CBP, en sus siglas en inglés) ha diseñado un marco común para políticas en materia de grupos de empresas y programas de innovación transnacional.

«Como facilitador de agrupaciones empresariales autodidacta, considero que los tres cursos avanzados en facilitación de agrupaciones empresariales del proyecto BSR-CBP cubren los desafíos a los que me enfrento en mi trabajo diario. Las conferencias y los debates en grupo me han permitido saber mucho más sobre cómo facilitar una agrupación de estas características y he tenido la ocasión de conocer varios instrumentos prácticos que puedo aplicar en mi trabajo diario.»

Hans A Pedersen, director de proyecto, Agrupación empresarial danesa de empresas del sector de la refrigeración

Aprovechar todos los recursos

Los socios del proyecto proceden de lo que se conoce como la Región Triángulo, es decir, Dinamarca (fundadora de REG X, la Academia danesa de agrupaciones empresariales), Suecia, a través de VINNOVA, la agencia gubernamental sueca para sistemas de innovación, y Letonia, a través de LIAA, la agencia letona de desarrollo e inversión. La transferencia de conocimiento y experiencia en términos de gestión de agrupaciones empresariales es una característica esencial del proyecto y vendrá a complementar los recursos disponibles en la región.

Formación para el crecimiento

Los socios han reconocido la necesidad de diseñar y crear módulos experimentales de formación sobre facilitación de agrupaciones empresariales, programas de apoyo, gestión, diseño y aplicación. Los grupos destinatarios del proyecto son agentes de la esfera pública como directivos de organizaciones de agrupaciones empresariales, organizaciones de apoyo a las empresas y funcionarios civiles a escala local, regional y nacional. El proyecto implica el diseño y la puesta a prueba de dos módulos sobre formación básica para utilizar a escala regional o nacional, tres módulos sobre formación avanzada para el nivel transnacional y tres módulos sobre programas públicos de apoyo a agrupaciones empresariales también a nivel transnacional. El objetivo es integrar posteriormente los módulos de formación en una plataforma estratégica de cooperación transnacional para la región del Mar Báltico.

Información técnica

Programa: FEDER durante el período comprendido entre enero de 2009 y enero de 2010
Inversión de la UE: 300 000 EUR

Contacto:

BSR CBP
Lottes Langkild
Tel.: +45 2061 2440
Correo electrónico: lottelangkilde@mac.com

BSR CBP
Susanne Krawack
Tel.: +4575508383
Correo electrónico: sk@trekantomraadet.dk

Fecha de redacción: 15/02/2010 (Fuente[18])

[18] http://ec.europa.eu/regional_policy/projects/stories/details_new.cfm?pay=LV&the=51&sto=1792&lan=7&region=ALL&obj=ALL&per=2&defL=EN.

M	Dinamarca, Suecia, Noruega

Programas de formación:
Un modelo escandinavo para empresas dirigidas por mujeres

Las empresarias de los tres países nórdicos han unido sus fuerzas con el fin de impulsar las pequeñas y medianas empresas dirigidas por mujeres. Su objetivo es fortalecer las condiciones competitivas de la región Kattegat/Skagerrak a través de la innovación, el desarrollo y el crecimiento viable. La red está formada por autoridades regionales, empresarias y científicas de Dinamarca, Noruega y Suecia. Una parte fundamental de su trabajo es la realización de seis seminarios centrados en el crecimiento.

El poder de la asociación

Solo un tercio de todas las empresas nuevas establecidas en Noruega, Suecia y Dinamarca han sido creadas por mujeres. Como respuesta a esta situación, en 2007-2008 se reunieron un total de 10 socias diferentes de estos tres países para crear el proyecto «Women in Business» («Mujeres empresarias»). Está parcialmente financiado por la UE, y tiene una duración de tres años.

Un objetivo del nuevo proyecto es instar a más mujeres a iniciar sus propias empresas en la región Kattegat/Skagerrak, **trabajando a través de las fronteras de los tres países** que participan en el proyecto. Cuentan además con el apoyo de varias empresarias de éxito, que comparten sus conocimientos y experiencia.

El socio principal es Föreningen Norden, una organización políticamente independiente (ONG) que cuenta con 60 000 miembros aproximadamente en todos los países nórdicos. Entre otros socios cabe mencionar a las autoridades regionales. El proyecto incluye varios grupos con miembros de los tres países, y coopera con varias instituciones académicas para evaluar los obstáculos que frenan el desarrollo de un espíritu de empresa entre las mujeres de la región.

Conocimiento y experiencia

Su principal misión es desarrollar un modelo escandinavo para el emprendimiento entre las mujeres, tras ensayar métodos de buenas prácticas que se pueden aplicar en los tres países. Las actividades también deberán aportar nuevos conocimientos sobre los factores que ayudan a la expansión y al desarrollo de las empresas dirigidas por mujeres, impulsando la innovación y la aplicación de enfoques innovadores a la empresa.

Información técnica

Programa: FEDER para el período de programación 2007-2013
Inversión total: 724 990 EUR
Inversión de la UE: 362 490 EUR

Contacto:
Föreningen Norden
Postboks 77
NO-4801, Arendal
Noruega
Hilde, Lona

Fecha de redacción: 16/03/2011 (Fuente[19])

[19] http://ec.europa.eu/regional_policy/projects/stories/details_new.cfm?pay=NO&the=51&sto=2087&lan=7&region=ALL&obj=ALL&per=2&defL=EN.

N	Finland
	Programas de formación: **Sustainable wood energy from North Karelia**

Finlandia oriental lidera la tecnología forestal del mundo. Ahí nació el Centro Wenet, una red de conocimientos especializados en energía sostenible, **que contribuyó a dar un impulso internacional a los conocimientos técnicos regionales en este ámbito**.

La red Wenet de la región de Carelia del Norte ha exportado conocimientos especializados en energía de la madera desde 2004. El proyecto transrregional financiado por la UE, Centro Wenet, que arrancó en 2009, tenía como objetivo fortalecer la posición de la región en el mercado de la energía renovable. El Centro, que está compuesto por empresas de energía sostenible, junto con instituciones de investigación, educación y formación, buscó las soluciones más adecuadas en materia de servicios de energía para sus clientes, permitiendo la creación de redes entre expertos.

Más oportunidades internacionales para los agentes regionales de la energía

Con el objetivo de reunir el mejor conocimiento especializado en materia de energía sostenible de Finlandia oriental, el Centro Wenet quiso ayudar a las empresas locales a convertirse en sólidos agentes internacionales en este ámbito. El proyecto se centró en mejorar la comercialización internacional de los servicios y productos de la energía. También diseñó proyectos para impulsar las oportunidades de exportación y organizar visitas de internacionalización y exportación a Finlandia oriental.

Toda la cadena de producción cubierta

Con una red de casi 30 empresas trabajando en energía sostenible, y más de 15 organizaciones de Finlandia oriental y de otras regiones, el Centro Wenet logró reunir tecnología y conocimientos especializados en materia de energía para cubrir toda la cadena de producción de la energía: la cosecha de madera destinada a la producción energética, el transporte, la calefacción de distritos, la interfaz con el cliente, la conversión de las cenizas en fertilizantes, etc. El Centro también facilitó servicios de investigación y formación relacionados, así como informes de evaluación del impacto medioambiental.

«El resultado del proyecto fue que las empresas y organizaciones que trabajan con energía sostenible crearon una red más estrecha; hemos logrado crear asociaciones internacionales y hemos transferido nuestro conocimiento y tecnología a Canadá, Rusia y países de la UE», así resume Jouko Parviainen, el director del proyecto, los beneficios del mismo. «Gracias al proyecto, Finlandia oriental ha ganado visibilidad como pionera en este ámbito, impulsando la competitividad de los expertos locales, especialmente dentro de la bioeconomía de los bosques y la energía de la madera».

Información técnica

Programa: Fondo Europeo de Desarrollo Regional 2007-2013
Inversión total: 464 000 EUR
Inversión de la UE: 162 400 EUR

Contacto:
(No disponible)

Fecha de redacción: 23/09/2013 (Fuente[20])

[20] http://ec.europa.eu/regional_policy/projects/stories/details_new.cfm?pay=FI&the=51&sto=2787&lan=7&region=ALL&obj=ALL&per=2&defL=EN

0 Grecia

Programas de formación:
Inversión digital en el sector del turismo de Grecia

Digi-lodge es una iniciativa apoyada por el Estado en Grecia, diseñada para acelerar las inversiones «digitales» en el sector turístico del país, especialmente en las instalaciones de alojamiento con licencia oficial (hoteles, residencias, moteles, habitaciones alquiladas, etc.). La amplia expansión de herramientas de TIC modernas en los hoteles y otras instalaciones turísticas está atrayendo a más visitantes de mayor valor añadido **tanto de Grecia como del extranjero** y también está mejorando la eficacia de la gestión hotelera.

El sector del turismo en Grecia ha tardado en abrazar las ventajas que ofrecen los modernos servicios y tecnologías de Internet para atraer a un mayor volumen de turismo y de mayor valor añadido.

Los hoteles medianos y pequeños están en su mayoría orientados a las vacaciones de las familias griegas, mientras que muchos hoteles más grandes dependen en gran medida de los tour operadores. Como resultado, los hoteles y las pensiones de Grecia no han tenido acceso directo a una mayor clientela de turistas y visitantes del extranjero.

Solo el 74 % de los hoteles griegos tienen acceso a Internet y esta cifra desciende hasta el 37 % en el caso de pequeñas pensiones. Solo el 63 % de los hoteles tienen un sitio web (el 30 % en el caso de establecimientos más pequeños); aproximadamente el 71 % de los sitios web de hoteles no tienen información en línea sobre su disponibilidad; en torno al 77 % carece de información sobre los precios; mientras que más del 67 % de las reservas se realizan a través de los canales tradicionales.

Un estímulo a la inversión relacionada con la tecnología

Uno de los principales objetivos de la iniciativa es impulsar la inversión relacionada con la tecnología incluso en los alojamientos más pequeños y hoteles de gestión familiar en toda Grecia. Digi-lodge ofrece cofinanciar inversiones privadas en tecnologías de la comunicación y la información para ayudarles en los siguientes aspectos:

- mejorar su presencia en Internet y su exposición internacional;
- incrementar las reservas en línea con transacciones en línea completamente automatizadas;
- reducir las variaciones estacionales e incrementar el flujo de turistas durante todo el año;
- aumentar la calidad general del servicio facilitando recursos como wifi, posibilidades de entretenimiento digital, etc.;
- y mejorar considerablemente la eficacia empresarial modernizando las operaciones administrativas.

1 500 hoteles y establecimientos hoteleros ofrecen ahora sus servicios en línea.

Digi-lodge apoya las inversiones en TIC que oscilan entre 7 000 EUR y 40 000 EUR en total, y las cofinancia a un nivel del 60 %. El presupuesto total para la inversión al que se puede optar está directamente correlacionado con el tipo de licencia oficial y el número de estrellas del hotel. Todas las propuestas de inversión han sido presentadas y analizadas a través de un portal electrónico automatizado, lo que ha simplificado el proceso.

En el marco del sistema Digi-lodge, se han firmado acuerdos de inversión digital hasta la fecha con casi 1 500 hoteles y alojamientos hoteleros, que ahora pueden ofrecer en línea transacciones y servicios electrónicos.

Información técnica

Inversión total: 75 000 000 EUR – Inversión de la UE: 36 000 000 EUR

Contacto:

Organismo de gestión para la convergencia digital
23-25 Lekka Str
EL-10562 Atenas
Ελλάδα — Grecia
Emmanouil Giampouras
Tel.: +30 2103722488
Correo electrónico: e.giampouras@infosoc.gr

Digital Aid SA
8, Kolokotroni Str
EL-10561 Atenas
Ελλάδα — Grecia
Alexandros Bregiannis
Tel.: +30 2103377941
Correo electrónico: abregiannis@digitalaid.gr

Fecha de redacción: no disponible (Fuente[21])

[21] http://ec.europa.eu/regional_policy/projects/stories/details_new.cfm?pay=GR&the=51&sto=2401&lan=7&region=ALL&obj=ALL&per=2&defL=EN

P	Alemania, Irlanda, Reino Unido
	Programas de formación: **«DRIVE for Growth»**

Dirigir la investigación de manera que se convierta en una empresa viable para el crecimiento («DRIVE por Growth»)

Este proyecto aborda la necesidad de conectar mejor la base de conocimiento existente en las regiones de la UE. Para facilitarlo, cada región socia crea un Grupo Regional de Innovación y Desarrollo (GRID, en sus siglas en inglés) para promover y apoyar el establecimiento de vínculos de mayor escala, la interacción y la productividad entre comunidades de investigación, agencias de apoyo e industria. A escala transnacional, estos grupos ayudan a fomentar un espacio único en el que las PYME y las instituciones de investigación del noroeste de Europa se puedan beneficiar de la existencia de una masa crítica de recursos en relación con el desarrollo del mercado, la investigación disponible, la capacidad de producción y las redes.

Plataforma dinámica basada en la web

Una innovación importante del proyecto es el desarrollo de una plataforma dinámica completamente automatizada basada en la web, implantada en todas las regiones socias. Una vez que una organización o una persona a título individual se registra, la herramienta realiza automáticamente el seguimiento de los desarrollos de interés, como las nuevas investigaciones o las oportunidades de abastecimiento suplementario. También ayuda a los investigadores a encontrar socios en la industria y conecta a empresas de una serie de sectores.

Resultados

Entre los resultados concretos del proyecto en 2007 cabe mencionar:

- la realización de encuestas comparativas sobre la innovación en las empresas en todas las regiones socias, con una participación total de 350 personas encuestadas;
- la creación de cuatro Grupos Regionales de Innovación y Desarrollo del sector público, agencias o redes de desarrollo empresarial, organizaciones de investigación y el sector privado;
- el desarrollo de una nueva plataforma basada en la web para fomentar el intercambio y la colaboración entre autoridades públicas, agencias de apoyo a empresas, instituciones de investigación y la industria;
- el registro de más de 170 empresas en esta plataforma «DRIVE for Growth», con más de 200 usuarios habituales y 600 usuarios destinatarios hasta la finalización del proyecto;
- la participación en el proyecto, hasta la fecha, de 10 instituciones de investigación;
- la participación de más de 600 empresas en eventos regionales organizados en el marco del proyecto;
- el registro de más de 4 000 empresas de todas las regiones socias en las listas de correo del proyecto.

Información técnica

Programa: Programa INTERREG IIIB NWE
Inversión total: 1 075 000 EUR – Inversión de la UE: 516 000 EUR

Contacto:

South West Regional Authority
Innishmore
Ballincollig Co. Cork
Projects Manager: Sinead Crowley
Tel.: +353 21 4876877, +353 87 2360143
Fax: +353 21 4876872
E-Mail: drive@swra.ie

South West Regional Authority
Innishmore
Ballincollig Co. Cork
Director: John McAleer
Tel.: +353 21 4876877, +353 87 2360143
Fax: +353 21 4876872
E-Mail: jmcaleer@swra.ie

Fecha de redacción: 25/05/2007 (Fuente[22])

[22] http://ec.europa.eu/regional_policy/projects/stories/details_new.cfm?pay=UK&the=45&sto=1507&lan=7&region=544&obj=ALL&per=2&defL=EN

Q	Reino Unido

Programas de formación:

Facilitar una plataforma de marketing «inteligente» para pequeñas empresas de diseño

Hidden Art es una organización sin ánimo de lucro que ha empezado a ofrecer asistencia a microempresas en una situación desfavorecida del ámbito del diseño en la región de Londres con el fin de que puedan acceder al competitivo mercado mundial. Ofrece una red específica y una plataforma entre empresas («business-to-business», B2B) para diseñadores, y les apoya con formación, información y oportunidades de colaboración empresarial.

El proyecto de Hidden Art «Redes innovadoras de colaboración para un crecimiento inteligente» tiene como objetivo estimular el crecimiento inteligente para la comunidad local del ámbito del diseño de Londres a través de la innovación de los servicios, las redes de colaboración y la formación. Facilita la infraestructura y ofrece apoyo para ayudar a los diseñadores, que suelen ser empresas unipersonales, a comercializar sus productos a escala mundial a través de la tienda electrónica de Hidden Art, tiendas efímeras o pop-up, ferias internacionales, el sitio web de la empresa y ofreciendo cobertura mediática.

Red de apoyo integrada

El proyecto Hidden Art ofrece una red de apoyo integrada y tiene como objetivo ofrecer a las microempresas de diseño los recursos y el acceso que normalmente solo está disponible para las empresas grandes.

Además de la plataforma especializada B2B, también se ofrece a los diseñadores orientación personalizada a través de la celebración de eventos mensuales de creación de redes y sesiones personalizadas de asesoramiento. El modelo de apoyo consiste en un menú de rutas de progresión personalizadas, para mejorar las capacidades de comercialización así como la oferta de plataformas de colaboración, producción y distribución de la obra.

Programas de desarrollo del producto

Los programas de desarrollo del producto también están organizados para ayudar a los participantes a desarrollar sus ideas y convertirlas en un producto que posteriormente se introduzca en el mercado.

La red Hidden Art está abierta a todos los diseñadores y en la actualidad tiene alrededor de 2 000 miembros, de los cuales el 67 % son mujeres. En torno a 100 diseñadores tienen sus productos expuestos en la tienda electrónica de Hidden Art (http://hiddenart.co.uk/shop/) y sobre 300 tienen su página de directorio en el sitio web de Hidden Art (http://hiddenart.co.uk/).

Hidden Art negocia o administra colaboraciones de marketing, eventos y programas conjuntos para maximizar las oportunidades de comercialización. Hasta la fecha, se ha ofrecido apoyo a 450 negocios. Unas 150 empresas han participado en las redes de colaboración.

El proyecto ha aumentado la confianza en la comunidad de diseñadores establecidos en Londres. Se han creado modelos para la industria, ya que el estudio de caso muestra una serie de personas que han logrado incrementar su negocio con ayuda del proyecto.

Información técnica

Inversión total: 1 490 000 EUR – Inversión de la UE: 750 000 EUR

Contacto:

Mazorca Projects
Shoreditch Stables, Ground Floor Rear, 138
Kingsland Road
UK-E2 8DY, Londres
Reino Unido
Dieneke Ferguson
Tel.: +44 207 7293800 ext 22
Correo electrónico: dieneke@mazorcaprojects.com

Autoridad de Gran Londres
City Hall, The Queen's Walk
UK- SE1 2AA, Londres
Reino Unido
Andrei Popescu
Tel.: +44 2079834829
Correo electrónico: andrei.popescu@london.gov.uk

Fecha de redacción: no disponible

(Fuente[23])

[23] http://ec.europa.eu/regional_policy/projects/stories/details_new.cfm?pay=UK&the=45&sto=2399&lan=7&region=1086&obj=ALL&per=2&defL=EN

5.3. Proyectos de apoyo, grupo 3: proyectos evaluados

R	Finlandia
	Programas de formación: **¿Más rápido, más lejos y más eficaz? Grupos de socios de exportación facilitan la internacionalización**

El objetivo de la medida de la Asociación de Exportación es facilitar la entrada de las empresas en los mercados objetivo creando agrupaciones empresariales de exportación basadas en la sinergia. Se trata de un proyecto de cooperación de PYME que se dirigen juntas a uno o varios mercados objetivo seleccionados, en el que un mínimo de cuatro empresas forman una agrupación empresarial de exportación basada en la sinergia.

El organismo de ejecución contratará para el grupo a un gestor de exportación externo, que actúa como un recurso adicional para las empresas y ofrece una presencia local en el mercado objetivo, además de su red.

El gestor de exportación puede también estar establecido en Finlandia, si el modo de funcionamiento lo permite. Las empresas participantes desempeñan un papel activo en el proyecto. Esta manera de trabajar también les ofrece una oportunidad excelente de aprendizaje y de crecimiento. La descripción de las funciones del gestor de exportación puede diseñarse según las necesidades de las empresas. Fundamentalmente consiste en la apertura de accesos, el estudio de mercados, la búsqueda de socios y el entrenamiento (*coaching*).

Finpro se encarga de la gestión del proyecto, y gestiona anualmente aproximadamente 30 asociaciones para la exportación a diversos mercados objetivo y distintas líneas industriales. La duración máxima de la ayuda oficial es tres años y medio. Sin embargo, el compromiso y la financiación tienen una duración de un año cada vez. En la primera fase puede existir un período preparatorio de seis meses.

El grupo destinatario son PYME finlandesas, especialmente las empresas en expansión. Las empresas más grandes pueden participar también, pero en función del tamaño de la empresa, la cantidad de ayuda estatal puede ser menor o puede no estar disponible en absoluto.

Presupuesto: En torno a 3,7 millones EUR (anuales)
Medida en funcionamiento desde 1993 (Finpro)
Organismo de ejecución: Asociación comercial: Finpro

Período de evaluación: 1998-2002

Metodología

Se han empleado varias fuentes:

- entrevistas telefónicas con 226 empresas, y con 51 gestores de exportación conjuntos
- entrevistas personalizadas con 7 representantes de empresas.

Actividades para las que se utiliza la medida

Las empresas participantes utilizaron la medida para varias actividades de internacionalización. En general, las actividades pueden dividirse en financieras y no financieras. El objetivo principal era encontrar nuevos contactos de clientes para empezar o incrementar el comercio de la exportación. Otros objetivos eran (en orden de importancia): acceder a un nuevo mercado destinatario, adquirir conocimientos sobre mercados y competencia, encontrar una nueva red de distribución, compartir los riesgos y los costes de la internacionalización con otras empresas participantes, y mejorar la disponibilidad y las cualificaciones de las exportaciones de la empresa. La medida también tenía como objetivo encontrar socios internacionales diferentes de los clientes o distribuidores, desarrollar entregas conjuntas y una plan o estrategia para la internacionalización de la empresa.

Satisfacción de los usuarios

El 90 % de todas las empresas participantes recomendarían la medida a otras empresas. Sin embargo, su grado satisfacción con la cooperación en materia de exportación resultó diverso: el 38 % consideraron que los objetivos financieros de la asociación se cumplieron, bien en su totalidad bien en parte, mientras que el 64 % de los encuestados se mostraron en parte o en su totalidad satisfechos con los resultados no financieros.

(Fuente: EIM, 2011, p. 67)

S	Alemania
	Programas de formación: **Iniciativa de exportación para las energías renovables**

La iniciativa de exportación tiene como objetivo ayudar a las empresas alemanas a exportar tecnologías de energías renovables ofreciendo información, impulsando las actividades e iniciativas existentes y apoyando activamente los proyectos en el extranjero. Una de las tareas más importantes de la iniciativa es dar a conocer las empresas y los productos tecnológicos de las energías renovables de Alemania en el extranjero. Algunos paquetes de medidas de apoyo están financiados por el Ministerio Federal de Economía y Tecnología y son ejecutados por varios proveedores de servicios de Alemania y otros países.

La iniciativa de exportación utiliza las siguientes medidas de apoyo:

- ferias (parcialmente integradas en el programa de ferias en el extranjero de la República Federal de Alemania);
- viajes de empresa para contactar con posibles socios de negocios en el extranjero y organización de conferencias temáticas especiales en el extranjero (con el respaldo de la red de Cámaras Alemanas en el Extranjero);
- información y eventos de contacto (incluidos en el programa para la información relacionada con el comercio exterior y eventos de contacto coordinados por Germany Trade and Invest);
- viajes de responsables de la toma de decisiones extranjeros a Alemania para conocer *in situ* las tecnologías alemanas en materia de energías renovables y celebrar contratos empresariales;
- instalación de proyectos emblemáticos o líderes en instituciones oficiales alemanas del exterior con las correspondientes medidas de relaciones públicas
- plataforma de relación entre empresas (B2B);
- provisión de información sobre mercados exteriores y marketing en el extranjero (Agencia Alemana de la Energía, *dena*);
- Ayudas públicas (por ejemplo, *KfW Bankengruppe*).

En resumen, el principal objetivo de la medida es facilitar información sobre el mercado y establecer contactos empresariales. La medida está dirigida a empresas, principalmente PYME que trabajan en el sector de las energías renovables como la energía solar, la eólica, los biocombustibles, la energía geotérmica y la energía hidráulica.

Presupuesto: En 2006 la ejecución de las diferentes iniciativas de exportación tuvo un coste de alrededor de 8,8 millones EUR.
Medida en funcionamiento desde 2003
Sitio web: www.exportinitiative.de
Organismo ejecutivo: Varias agencias especiales coordinadas por Germany Trade and Invest.
Período de evaluación: 2003-2006

Metodología

Una encuesta entre empresas participantes (244), y entrevistas con expertos y asociaciones comerciales. Se extrajeron los resultados de las medidas individuales así como las conclusiones generales. Éste meta-análisis se centra en las conclusiones generales.

Actividades para las que se utiliza la medida

The measures most used were those supporting business trips (Network of German Chambers Abroad), trade fairs, information on foreign markets and marketing abroad (dena).

Satisfacción de los usuarios

El 74 % de las empresas entrevistadas conocían la iniciativa y el 53 % habían utilizado algunas de las medidas. Consideraron que la iniciativa era bastante buena: la puntuación total media fue de 2,2 en una escala de 1 (muy buena) a 5 (insatisfactoria). No obstante, se registró alguna crítica en cuanto a su organización (excesivamente compleja, no suficientemente transparente).

(Fuente: EIM, 2011, p. 68)

T	Países Bajos:
	Programas de formación: **Prepare2start**

El objetivo de la medida es facilitar orientación y asistencia a la hora de planificar y ejecutar un plan de internacionalización, y una subvención del 50 % para actividades como búsqueda de socios, participación en ferias y asesoramiento legal. Prepare2start es la continuación del anterior programa PSB, de empresas de nueva creación en mercados exteriores (1999-2007). El grupo destinatario está compuesto por PYME de menos de 100 empleados, con poca o ninguna experiencia internacional, que desean empezar a exportar a un (nuevo) mercado foráneo.

Presupuesto: Alrededor de 12 millones EUR (2010)
Medida en funcionamiento desde 1999 (desde 2007 tiene un nombre nuevo)
Sitio web: http://www.rvo.nl/
Organismo de ejecución: Agencia especial: Agentschap NL (anterior EVD)

Período de evaluación: La evaluación se realizó para los años 2002-2006.

Metodología

Se realizaron las siguientes actividades de investigación: investigación documental; encuesta telefónica entre usuarios; amplias entrevistas con responsables políticos, agentes ejecutivos, partes interesadas y otras organizaciones que promueven el comercio; grupos focales de empresarios que participaron.

Actividades para las que se utiliza la medida

Las actividades para las que se utiliza principalmente la medida de apoyo, además de elaborar un plan de internacionalización junto con un asesor, son las siguientes: presentación de productos, material de presentación y orientación al mercado.

Satisfacción de los usuarios

El 70 % de los participantes encuestados afirmaron que las actividades subvencionadas a través de la medida de apoyo eran muy pertinentes o pertinentes para las necesidades de su empresa. La ejecución de la medida parece haber resultado, en general, satisfactoria, y se percibió como profesional y rápida.

(Fuente: EIM, 2011, p. 70)

U	Países Bajos
	Programas de formación: **Oficinas de apoyo a la empresa de Países Bajos (NBSO, en sus siglas en inglés)**

El objetivo de la medida era apoyar la internacionalización de empresas holandesas en mercados prometedores pero relativamente inaccesibles, pero se amplió unos años más tarde para incluir también mercados más cerrados. Es flexible: una vez abiertas, estas oficinas pueden cerrarse, y se han cerrado, tras haber evaluado internamente su grado de eficacia. En 2010, la red holandesa de NBSO estaba compuesta por 24 oficinas en 11 países: incluidas seis en China, dos en India y dos en Brasil y una en Rusia. Los destinatarios de las NBSO son empresas grandes y medianas.

Presupuesto: En torno a 2,5 millones EUR (2007)
Medida en funcionamiento desde 1997
Sitio web: http://www.rvo.nl/
Organismo de ejecución: Agencia especial: Agentschap NL (anterior EVD)

Las NBSO ofrecen información general e informes económicos (regionales) del mercado local, facilitan contactos locales con el Gobierno o las empresas, y dan apoyo a visitas de empresas holandesas.

Período de evaluación: El período evaluado fue 2001-2006.

Metodología

Para el estudio de evaluación se utilizó material de diferentes fuentes: investigación documental, entrevistas exhaustivas con expertos y partes interesadas, grupos focales con empleados de NBSO, encuesta de Internet entre empleados de NBSO, y una encuesta entre usuarios de NBSO.

Actividades para las que se utiliza la medida

Los servicios utilizados con mayor frecuencia son 1) contactos locales, 2) información general de la región de la NBSO, 3) informe económico (regional) del mercado concreto, 4) visitas de apoyo a una región NSBO y 5) investigación específica para la empresa.

Satisfacción de los usuarios

La mayoría de los usuarios consideraron útil la información recibida de la NBSO: el 82 % de los usuarios entrevistados consideró la información útil o muy útil. Las NBSO de China obtuvieron la mayor puntuación (88 %). Las empresas holandesas apreciaron tanto la ubicación de las NBSO como los servicios ofrecidos: calificaron a los empleados de las NBSO de accesibles y receptivos.

(Fuente: EIM, 2011, p. 71)

V	Suecia
	Programas de formación: **Swedpartnership**

En abril de 2010 Swedfund puso en marcha un programa denominado Swedpartnership, que está específicamente dirigido a PYME suecas con intención de hacer negocios con empresas de países en desarrollo, por ejemplo, India, China, Ucrania, Armenia, Azerbaiyán, Bielorrusia, Georgia y Moldavia. Swedfund es una empresa de capital de riesgo sueca especializada en inversiones en países en desarrollo. El apoyo consiste en un préstamo que puede amortizarse una vez finalizado y aprobado el proyecto. Un proyecto puede obtener una ayuda de 75 000 EUR como máximo. Se puede financiar hasta un máximo del 40 % del coste del proyecto.

Los precursores de Swedpartnership, los programas STARTsouth y STARTeast, fueron sometidos a una evaluación. Estos programas se centraban en PYME suecas que querían invertir en países de África, Asia, Latinoamérica y Europa Central y del Este. Los préstamos y las condiciones eran comparables a los de Swedpartnership.

Presupuesto: 3 millones EUR
Medida en funcionamiento desde 2009 (precursores desde 2002)
Sitios web: www.swedpartnership.se y www.swedfund.se
Organismo de ejecución: Gobierno: Swedfund International

Período de evaluación: Se entrevistó a usuarios de los programas en el período 2002-2005.

Metodología

Una encuesta telefónica entre 169 empresas participantes con una respuesta de 109 empresas.

Actividades para las que se utiliza la medida

No se evaluó.

Satisfacción de los usuarios

La mayoría se sintieron satisfechos con los contactos establecidos con las agencias pertinentes. Pocos se mostraron insatisfechos. El 95 % de las empresas participantes afirmaron que sus expectativas se habían cumplido.

(Fuente: EIM, 2011, p. 72)

W	REINO UNIDO

Programas de formación:
Programa de Acceso a las Ferias de UK Trade & Investment

El Programa de Acceso a las Ferias (TAP, en sus siglas en inglés) de UK Trade & Investment ofrece ayuda económica para asistir a ferias internacionales. Hay dos modalidades de participación: TAP Group o TAP SOLO. TAP Group ofrece a las empresas la opción de participar como parte de un grupo de empresas del Reino Unido lideradas por una organización comercial acreditada. Las ayudas de TAP Group oscilan entre 1 000 y 1 800 libras esterlinas. TAP SOLO apoya a un número más reducido de empresas independientes o solas que desean participar en ferias en las que no hay ningún grupo liderado por una organización comercial acreditada. Este tipo de empresas reciben una subvención fija de 1 000 libras. En marzo de 2010, estaban disponibles subvenciones para más de 400 ferias de numerosos mercados. Entre estas se incluían eventos específicos en China, India, Rusia, Ucrania, Japón y Brasil. Los principales objetivos del programa TAP son los siguientes:

- ayudar a los nuevos exportadores a superar las barreras iniciales a la exportación;
- ayudar a los negocios y empresas de alta tecnología que son nuevas en mercados emergentes a utilizar las ferias extranjeras como parte de sus planes de desarrollo comercial; y
- ayudar a las empresas del Reino Unido a maximizar los beneficios de participar en ferias extranjeras.
- El grupo destinatario es el siguiente:
  - PYME **o** centros de educación superior financiados con fondos públicos del Reino Unido **u** organizaciones de investigación financiadas con fondos públicos del Reino Unido que sean:
  - nuevos para la exportación (sobre la base de un porcentaje de volumen de negocios resultante de las exportaciones) y
  - hayan recibido menos de tres subvenciones TAP (para más de un mercado): en 2009 este requisito ascendió a seis subvenciones.

Presupuesto: 8 millones de libras esterlinas al año
Medida en funcionamiento desde 2006
Sitio web: http://www.ukti.gov.uk/
Organismo de ejecución: Gobierno: UK Trade and Investment (UKTI)

Período de evaluación: De enero de 2005 a marzo de 2006.

Metodología

- Utilización del material existente: la base de datos TAP, la encuesta de seguimiento del impacto y rendimiento de UKTI (PIMS, en sus siglas en inglés) y la base de datos económicos Amadeus, así como un estudio de bibliografía sobre la asistencia a las ferias.
- Recopilación de nuevo material: una encuesta telefónica sobre empresas financiadas y no financiadas (investigando el contraste; considerando un grupo de control), y entrevistas telefónicas a organizaciones comerciales acreditadas que organizan delegaciones a ferias (TAP Group) y a consultores de comercio internacional que gestionan la participación individual de empresas en ferias (TAP SOLO).
- Análisis descriptivo y econométrico.

Actividades para las que se utiliza la medida

En torno al 30 % de las ferias son del tipo de las que se conocen como «ferias comerciales mundiales», es decir, ferias que no están centradas en un mercado nacional concreto sino en el sector industrial a escala mundial o regional. Alrededor del 20 % son «ferias comerciales de alta prioridad», centradas en mercados considerados de importancia estratégica particular por la UKTI (por ejemplo, Japón, Corea del Sur, China, India, Brasil y Rusia). La mitad de las subvenciones aproximadamente se utilizaron para ferias comerciales de otros mercados.

Satisfacción de los usuarios

Las empresas que recibieron servicios se mostraron, en general, satisfechas con ellos. Se calificaron siete aspectos. El 70 % o más consideraron el apoyo recibido en cuanto a «ayuda a la preparación», «disposiciones prácticas», «calidad del evento» y «calidad de los contactos realizados» bueno o muy bueno. «Perfil de la delegación del Reino Unido: actividades realizadas» obtuvo una menor puntuación.

(Fuente: EIM, 2011, p. 74)

X	REINO UNIDO

Programas de formación:
Política internacional de desarrollo de Escocia

El Scottish Development International (SDI) es un organismo gubernamental y empresa en participación entre el Gobierno escocés, Scottish Enterprise (SE) y Highlands and Islands Enterprise (HIE), que ofrece servicios para apoyar la inversión interior y la internacionalización para toda Escocia. Con el fin de apoyar la internacionalización de las empresas, se ofrecen los siguientes servicios:

- preparación para operar comercialmente a escala internacional;
- desarrollo de una estrategia internacional;
- tutoría internacional;
- apoyo al mercado internacional;
- apoyo para participar en exposiciones, misiones y viajes de formación, paquetes de alojamiento internacional.

Las cifras presentadas no incluyen las ferias comerciales TAP SOLO.

Presupuesto: Alrededor de 5 millones de libras esterlinas para servicios de internacionalización de SDI al año, promedio para el periodo 2005-2006 hasta mediados de 2009
Medida en funcionamiento desde 2002 (OMS), y 2003 (ELMJ)
Organismo de ejecución: Gobierno: Scottish Development International (SDI)

Overseas Market Support (OMS) facilita a las empresas establecidas en Escocia apoyo personalizado para desarrollar nuevos mercados a escala internacional, por ejemplo, información e informes de mercado, identificación de posibles contactos y socios empresariales, así como el diseño de material promocional para respaldar la introducción en el mercado internacional. En caso de financiación, se puede cubrir hasta el 50 % de los costes subvencionables. El apoyo sigue un plan estratégico internacional de la empresa según lo acordado con SDI. El grupo destinatario consta de empresas establecidas en Escocia que pretenden expandirse a nuevos mercados mundiales con un volumen de negocios de 400 000 libras como mínimo.

La iniciativa de exposiciones internacionales, misiones y viajes formativos de SDI puede ayudar a la red de empresas con compradores internacionales y posibles socios empresariales. SDI organiza stands de grupos en exposiciones internacionales clave, y realiza viajes formativos y misiones internacionales sectoriales. Se pueden ofrecer subsidios a empresas que participan en una exposición, misión o viaje formativo con Scottish Development International. El grupo destinatario es el mismo que el de OMS.

Período de evaluación: 2006-2009 (datos de análisis econométrico: 2003-2006).

Metodología

Los principales elementos de la evaluación han sido:

- entrevistas con 250 empresas que reciben apoyo para su internacionalización;
- análisis econométricos de una base de datos que incluye a 1 480 empresas que recibieron servicios de SDI entre 2003 y 2006;
- 10 casos prácticos;
- consultas con la agencia, partes interesadas y organizaciones de socios externos.

Actividades para las que se utiliza la medida

La mayoría de las empresas hicieron uso del apoyo a las misiones y exposiciones internacionales (53 %) y alguna forma de apoyo al mercado (50 %). Las medidas EMLJ y OMS se utilizan con relativa frecuencia.

Satisfacción de los usuarios

En general, en torno al 70 % de los usuarios de SDI están (muy) satisfechos con los servicios recibidos. La calidad y la pertinencia de la información y la utilidad del asesoramiento son los elementos más apreciados.

(Fuente: EIM, 2011, p. 75)



© AndreyPopov/iStock/Thinkstock

Anexos

ANEXO I — MEDIDAS DE APOYO Y ACCIONES REALIZADAS A ESCALA DE LA UE

Una serie de centros de negocios, servicios de asistencia, sitios web, bases de datos y otros servicios gestionados o apoyados por la Comisión Europea pueden ayudar a las PYME a internacionalizarse.

A continuación enumeramos 1) servicios que cubren solo el mercado de la UE, 2) servicios que cubren países de fuera de la UE también y 3) servicios que se centran solo en los mercados de crecimiento fuera de la UE.

Internacionalización dentro de la UE

Portal «Tu Europa – Empresa»

Este portal facilita a las empresas que prevén realizar actividades transfronterizas información y servicios interactivos para ayudarlas a ampliar la actividad empresarial dentro de la UE.

http://europa.eu/youreurope/business/

European IPR Helpdesk

El Helpdesk (servicio de asistencia) para los derechos de propiedad intelectual de la Comisión Europea ofrece información y asesoramiento de primera línea y gratuito sobre la propiedad intelectual (PI) y los derechos de propiedad intelectual (DPI). El servicio está dirigido a investigadores y PYME que participan en proyectos de investigación de colaboración financiados por la UE. También está destinado a PYME que participan en procesos de transferencia de tecnología internacional.

Si necesita asistencia sobre alguna cuestión concreta de DPI o información sobre las últimas novedades o formación en materia de DPI, póngase en contacto con el Helpdesk europeo para los derechos de propiedad intelectual.

https://www.iprhelpdesk.eu

Red europea de oficinas nacionales de la propiedad intelectual

Financiada por la UE.

http://www.innovaccess.eu/

Erasmus para Jóvenes Emprendedores

Este programa de intercambio transfronterizo ofrece a los nuevos emprendedores o aspirantes a serlo la oportunidad de aprender de los empresarios con experiencia que regentan una pequeña empresa en otro país europeo. El anfitrión se beneficia de perspectivas frescas en su negocio y tiene la oportunidad de cooperar con socios extranjeros o de conocer nuevos mercados. La estadía está, en parte, financiada por la Unión Europea.

http://www.erasmus-entrepreneurs.eu/

Solvit

Solvit ayuda a los ciudadanos y a las empresas a resolver conflictos con organismos gubernamentales en otros Estados miembros sin necesidad de acudir a los tribunales y de forma gratuita.

http://ec.europa.eu/solvit/site/index_en.htm

Internacionalización dentro y fuera de la UE

Red Enterprise Europe Network

Lo más normal es que si una PYME decide empezar a operar a escala internacional, busque apoyo y orientación empresarial cercano. La red Enterprise Europe Network ayuda a las PYME europeas a aprovechar al máximo no solo el mercado interior, sino también los mercados en crecimiento del exterior. Se trata de una auténtica «ventanilla única» que ayuda a las PYME a

- desarrollar sus negocios en nuevos mercados;
- utilizar o autorizar nuevas tecnologías;
- acceder a financiación de la UE y a fondos de la UE.

Además, la base de datos en línea de la red ofrece contactos entre empresas a escala internacional para clientes de la red.

Cerca de 600 organizaciones socias (cámaras de comercio e industria, centros tecnológicos, universidades y agencias de desarrollo), con más de 3 000 personas empleadas con experiencia forman la red y ofrecen estos servicios en todos los Estados miembros de la UE y también a través de una presencia en 26 terceros países, incluidos EE.UU., Rusia, China, India y Brasil.

http://een.ec.europa.eu/

Portal Europeo para las PYME

Este portal ofrece información sobre iniciativas, programas y políticas de la UE para ayudar a las PYME.

http://ec.europa.eu/small-business/index_en.htm

EUREKA: Programa Eurostars

Ofrece financiación para la investigación internacional a las PYME de la UE que dedican el 10 % de su volumen de negocios o el equivalente en personal contratado a tiempo completo a la investigación.

www.eurekanetwork.org/activities/eurostars

Plataforma de Colaboración de Clústeres Europeos (ECCP, en sus siglas en inglés)

La ECCP es una plataforma basada en la web que facilita la cooperación de clústeres dentro y fuera de Europa. En la actualidad cuenta con más de 900 organizaciones de clústeres de toda Europa y representa su principal instrumento para darse a conocer, intercambiar experiencias y encontrar posibles socios para cooperar a escala transnacional en beneficio de sus PYME asociadas.

Otra función de la Plataforma es promover la cooperación entre clústeres a escala internacional. La Plataforma ha firmado una serie de Memorandos de Acuerdo con socios de Japón, India, Brasil, Corea del Sur, Túnez, Marruecos, México y Chile por los que ha establecido un marco de cooperación a largo plazo entre la Plataforma y organizaciones similares en países de fuera de la UE. Estos memorandos

de acuerdo facilitan el intercambio de información sobre el registro de clústeres, iniciativas y eventos, y dan apoyo a la organización de misiones para fomentar el establecimiento de relaciones entre agrupaciones empresariales en Europa y en países de fuera de la UE.

www.clustercollaboration.eu

Eventos para fomentar el establecimiento de relaciones entre clústeres a escala internacional

Los eventos para fomentar la relación entre clústeres se organizan con el fin de dar apoyo a las organizaciones de clústeres y a las PYME que forman parte de ellas en sus esfuerzos por acceder a las cadenas de valor mundiales y desarrollar asociaciones estratégicas internacionales y cooperación empresarial. Cada evento reúne a una delegación de las organizaciones de clústeres europeos y sus PYME de Europa con socios internacionales para iniciar una cooperación estratégica.

Se han organizado tres eventos, en particular, en Japón, sobre materiales ecológicos y tecnologías limpias [24], en Brasil sobre biotecnología[25] y en India sobre la eficiencia de los recursos[26]. Para 2014 y 2015 está prevista la celebración de más eventos de este tipo.

Pueden participar organizaciones de agrupaciones empresariales de Europa y sus PYME asociadas europeas. Las organizaciones de clústeres deberán estar registradas en la Plataforma de Colaboración de Clústeres Europeos. La selección de convocatorias se realiza a través de convocatorias de manifestación de interés publicadas en la Plataforma.

Internacionalización fuera de la UE

Hiendo negocios con Asia

Centros de Asistencia sobre derechos de propiedad intelectual (DPI)

Los Centros de Asistencia sobre derechos de propiedad intelectual para China, Sudeste Asiático (la región ASEAN) y para los países latinoamericanos (Mercosur) ofrecen asesoramiento a las PYME en materia de derechos de propiedad intelectual. Estos servicios de asistencia ofrecen asesoramiento especializado de primera línea sobre cuestiones relacionadas con los derechos de propiedad intelectual, relación con expertos externos y preparación de formación general y personalizada. Las PYME de la UE pueden realizar consultas relacionadas con casos confidenciales al Centro de Asistencia, tanto en persona como por correo electrónico, teléfono o fax, y recibirá una rápida respuesta, gratuitamente.

Centro de Asistencia para las PYME sobre DPI en la ASEAN

El Centro de Asistencia para las PYME sobre DPI en la ASEAN ayuda a las pequeñas y medianas empresas (PYME) de la UE a proteger y a garantizar que se respeten sus derechos de propiedad intelectual (DPI) en la ASEAN ofreciéndoles información y servicios gratuitos.

http://www.asean-iprhelpdesk.eu/

Centro de Asistencia para las PYME sobre DPI en China

Este servicio de asistencia ofrece información, asesoramiento y formación gratuitos a las PYME europeas con el fin de ayudarlas a proteger y aplicar sus derechos de propiedad intelectual en China.

http://www.china-iprhelpdesk.eu/

Centro de Asistencia para las PYME sobre DPI en el Mercosur

El Centro de Asistencia ofrece apoyo gratuito de primera línea en materia de derechos de propiedad intelectual con el fin de facilitar la expansión de las PYME europeas en la región del Mercosur, en Chile y en otros países latinoamericanos.

www.mercosur-iprhelpdesk.eu

[24] http://www.clustercollaboration.eu/japan-2012
[25] http://www.clustercollaboration.eu/brazil-2013
[26] http://www.clustercollaboration.eu/documents/2736637/2817350/EU+India+Matchmaking+Event+on+Resource+Efficiency+and+Clean+Technologies_Article.pdf/24ddb6de-dd8c-44e6-9d51-da3557403a2a?version=1.0

Centros para las PYME de la UE

Hasta la fecha, los Centros para PYME de la UE cubren tres mercados en crecimiento no pertenecientes a la UE: el Centro Europeo de Empresas y Tecnología en India, el Centro de las PYME de la UE en China y el Centro Empresarial Europeo en la ASEAN en Tailandia asesoran a las PYME europeas sobre cómo invertir y aprovechar oportunidades comerciales en los respectivos países.

La Comisión Europea está creando más estructuras bajo la denominación de SEBSEAM (Apoyo a las empresas europeas en los mercados del Sudeste Asiático, en sus siglas en inglés) en Malasia, Vietnam, Filipinas, Indonesia, Myanmar/Birmania, Camboya y Laos sobre la base de estructuras de apoyo que ya existen. El objetivo general de estas estructuras SEBSEAM es aumentar los flujos de comercio e inversión entre la UE y las economías individuales en las que se encuentran, así como en la región de la ASEAN en su totalidad.

Centro Empresarial Europeo en la ASEAN, Tailandia

Esta organización comercial europea está situada en Bangkok (Tailandia) y tiene como finalidad contribuir a la mejora del comercio y la inversión de las empresas europeas en Tailandia.

http://www.eabc-thailand.eu/

Centro Europeo de Empresas y Tecnología en India

El Centro ofrece asistencia a la comunidad empresarial, científica e investigadora en Europa e India, generando nuevas oportunidades empresariales y transferencia de tecnología, y promueve las tecnologías limpias europeas en India.

Está situado en Nueva Deli, y está prevista la apertura de delegaciones en Bombay, Calcuta y Bangalore. Cofinanciado por la Comisión Europea, abrió sus puertas en enero de 2009. El Centro está gestionado por Eurochambres, en cooperación con 16 organizaciones empresariales y de investigación de cuatro sectores (biotecnología, energía, medio ambiente y transporte). Su objetivo es convertirse en el punto de referencia de las empresas y entidades de investigación europeas que deseen introducirse en el mercado indio.

Las actividades realizadas cubren un amplio espectro de acciones: servicios de información y análisis, asistencia y actividades específicas sectoriales (CE, 2012).

http://www.ebtc.eu/

Centro para las PYME de la UE en China

El Centro de las PYME de la UE en China está financiado por la Comisión Europea y facilita información, asesoramiento, formación y oportunidades de búsqueda de socios a las PYME europeas que desean exportar o invertir en el mercado chino (CE, 2012).

http://www.eusmecentre.org.cn/

http://ec.europa.eu/delegations/china/documents/projects/eu_sme_centre.pdf

Cuestionario: Centro para las PYME de la UE: ¿Preparado para China?

Este cuestionario en línea permite a las PYME evaluar su grado de preparación para desarrollar negocios en China, y conocer si están en la dirección correcta.

http://www.eusmecentre.org.cn/quiz/

Entendiendo China

Este programa de formación se llevó a cabo por Eurochambres y otras partes interesadas y fue cofinanciado por la Comisión Europea. Formó a las organizaciones empresariales para ayudar a las empresas europeas a comprender mejor la economía china y aumentar su competitividad en ese mercado. El programa ha finalizado, pero el sitio web todavía ofrece información útil sobre el mercado chino.

http://www.understandingchina.eu/

Centro de Innovación de Proyectos de la UE (China)

(con el apoyo de la UE)

EUPIC es una plataforma global que promueve el comercio, la inversión y la cooperación técnica entre la UE y China.

www.eupic.org.cn

Centro para la Cooperación Industrial UE-Japón

Esta organización promueve intercambios de experiencias y conocimientos técnicos entre las empresas de la UE y de Japón y les ayuda a mejorar su competitividad y cooperación.

http://www.eu-japan.eu/

Negocios de la UE en Japón

Este sitio web comprende varios capítulos que cubren todos los aspectos relacionados con la actividad comercial en Japón o con este país. El sitio también tiene una base de datos con proveedores de servicios públicos. Algunas partes del sitio web son sólo accesibles a sus miembros.

http://www.eubusinessinjapan.eu/

«Ponga un pie en Japón»

«Step in Japan» es una iniciativa de apoyo logístico gratuito para las PYME, que quiere ser una plataforma de aterrizaje para las PYME establecidas en la UE que están proyectando introducirse en Japón o expandirse en este país.

http://www.eu-japan.eu/other-activities/step-in-japan

Sesiones formativas

Las empresas de la UE de cualquier tamaño tienen a su disposición sesiones formativas en Japón. Incluyen becas para participantes de pequeñas empresas.

http://www.eu-japan.eu/business-programmes/programmes-organised-by-the-centre

Programa «Pasarela» de la UE: Oportunidades para empresas de la UE en Japón y Corea del Sur

Este programa está destinado a empresas de la UE de sectores específicos que quieran desarrollar cooperación comercial con Japón y Corea del Sur. Financia y organiza misiones comerciales relacionadas con la alta tecnología y el diseño en estos dos países.

http://www.eu-gateway.eu/home

Programa de Formación de Ejecutivos en Japón y Corea del Sur

Este programa pretende contribuir al éxito de las empresas europeas, incluyendo las PYME, en los mercados japonés y surcoreano. Ofrece y financia un plan de formación intensivo para ejecutivos que combina conferencias, formación en idiomas y prácticas.

http://www.euetp.eu/

Consejo Empresarial Europeo (Japón)

(con el apoyo de la UE)

Ofrece apoyo indirecto a PYME, con el fin de mejorar el clima de comercio e inversión a través de la política comercial.

www.ebc-jp.com

Hacer negocios con América

Portal DPI Transatlántico UE-EE.UU.
Este sitio web anima a las PYME de ambos lados del Atlántico a acceder a una amplia gama de recursos en materia de derechos de propiedad intelectual (DPI).
http://ec.europa.eu/enterprise/initiatives/ipr/index_es.htm

Bases de datos

Portal para la Internacionalización de las PYME
En 2014 la UE pondrá en marcha el «Portal para la Internacionalización de las PYME». Las PYME que tengan previsto ampliar sus negocios más allá de la UE encontrarán en la base de datos del portal una lista de proveedores de servicios de apoyo (semi)públicos con información de contacto y detalles sobre los servicios ofrecidos. https://webgate.ec.europa.eu/smeip/

Base de datos de acceso a mercados
La base de datos contiene información clave para los exportadores de la UE sobre los aranceles aduaneros, los trámites de importación, los datos estadísticos y los obstáculos al comercio, y permite comunicar los obstáculos a la Comisión Europea.
http://madb.europa.eu/madb/indexPubli.htm

Fiscalidad y aduanas: bases de datos electrónicas
Este sitio web ofrece una lista de todas las bases de datos de la Comisión relacionadas con las aduanas y la fiscalidad.
http://ec.europa.eu/taxation_customs/common/databases/index_en.htm

Instrumentos de información y retroalimentación para las PYME: Instrumentos de defensa comercial y obstáculos técnicos al comercio

Instrumentos de defensa comercial: asegurar un comercio justo para las PYME de la UE
Descubra cómo proteger las PYME contra medidas de defensa comercial, como importaciones subvencionadas y de bajo coste de fuera de la UE, y qué hacer si una PYME exporta a un país no perteneciente a la UE y le afecta una medida antidumping, antisubvención o de salvaguardia aplicada en ése país.
http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2013/april/tradoc_151015.pdf

Estudios y noticias sobre la internacionalización, facilitados por la Comisión Europea

Promoviendo las actividades internacionales de las PYME
Este sitio web enumera una serie de estudios que abordan la internacionalización de las PYME.
http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/market-access/internationalisation/index_en.htm

Globalícese
Hay oportunidades a la espera de las empresas pequeñas de la UE más allá del Mercado Único. Más información sobre el acceso a los mercados, la competencia en el mercado mundial y la liberalización del comercio.
http://ec.europa.eu/enterprise/policies/international/index_es.htm

ANEXO II — FUENTES

Comisión Europea (CE), 2013. *Política Regional — Base de datos de proyectos*. http://ec.europa.eu/regional_policy/projects/stories/index_es.cfm

Comisión Europea (CE), 2012. *Presentación general de los principales planes comunitarios de financiación para PYME. NUEVA edición enero 2012*, DG Empresa e Industria, Bruselas. http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/itemdetail.cfm?item_id=5778&tpa=0&tk=&lang=es

EIM Business & Policy Research 2011. *Opportunities for the internationalisation of European SMEs («Oportunidades para la internacionalización de las PYME europeas») — Documento de referencia 2: Overview of 310 Policy Support Measures at Member State Level («Presentación general de 310 medidas de apoyo político a escala de los Estados miembros»),* (financiado por la Comisión Europea), Zoetermeer.

Comisión Europea (CE) y EIM Business & Policy Research, 2011 (1). *Opportunities for the internationalisation of European SMEs («Oportunidades para la internacionalización de las PYME europeas «)* DG Empresa e Industria, Bruselas.

Comisión Europea (CE), 2011 (2). «Pequeñas empresas en un mundo grande: una nueva asociación que ayude a las PYME a aprovechar oportunidades globales» Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones, Comisión Europea, Bruselas.http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0702:FIN:ES:PDF

Comisión Europea (CE) y EIM Business & Policy Research, 2011 (3). *Do SMEs create more and better jobs? («¿Las PYME crean más y mejores puestos de trabajo?»),* DG Empresa e Industria, Bruselas.

Comisión Europea (CE) y EIM Business & Policy Research, 2010. *Internationalisation of European SMEs («La internacionalización de las PYME europeas»),* informe final, DG Empresa e Industria, Bruselas.

Comisión Europea (CE), 2008. *Apoyo a la internacionalización de las PYME — Selección de buenas prácticas,* DG Empresa e Industria, Bruselas.

Comisión Europea (CE), 2007. *Apoyo a la internacionalización de las PYME, Informe final del grupo de expertos*, DG Empresa e Industria, Bruselas.

ANEXO III — OTRAS PUBLICACIONES ÚTILES

La serie de guías «Cómo apoyar la política sobre las PYME con los Fondos Estructurales» se puede descargar en http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/regional-sme-policies/index_en.htm:

- Nº 1 Cómo crear mentalidades y capacidades empresariales en la UE
- Nº 2 Cómo utilizar las normas para apoyar el crecimiento, la competitividad y la innovación
- Nº 3 Cómo facilitar la transmisión de empresas
- Nº 4 Guía inteligente sobre la innovación en los servicios
- Nº 5 Aplicación de la iniciativa «Small Business Act» a escala regional
- Nº 6 Cómo utilizar los Fondos Estructurales para apoyar la política de emprendimiento y PYME
- Nº 7 Apoyo a la internacionalización de las PYME

Se puede descargar una serie de guías relacionadas con la política regional y la especialización inteligente, incluido el apoyo a las PYME, en http://s3platform.jrc.ec.europa.eu/guides.

Esta serie incluye, entre otros:

- «Política regional para el crecimiento inteligente de las PYME» ("*Regional policy for smart growth of SMEs*")
- «Guía inteligente para las incubadoras de empresas basadas en la innovación» ("*Smart Guide to Innovation-Based Incubators* (IBI)")

NB-BN-14-001-ES-N

Serie de guías Cómo apoyar la política sobre las PYME con los Fondos Estructurales.

Apoyo a la internacionalización de las PYME

ISBN 978-92-79-36468-6