

XPORTA

PLAN ESTRATÉGICO DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LA ECONOMÍA EXTREMEÑA 2017-2020



JUNTA DE EXTREMADURA

INDICE

- I. Introducción
- II. Marco de referencia global, nacional y regional
- III. Análisis del sector exterior extremeño
- IV. Perfil de las empresas exportadoras extremeñas
- V. La inversión extranjera directa
- VI. Diagnóstico del sector exterior extremeño
- VII. Objetivo general
- VIII. Objetivos estratégicos
- IX. Líneas de Actuación, Prioridades y Medidas
- X. Seguimiento y Evaluación
- XI. Cuadro Financiero
- XII. Partes Firmantes

INTRODUCCIÓN

“El mundo está cambiando con extraordinaria rapidez bajo la influencia de numerosos factores, entre otros, la evolución de las pautas de producción y consumo, la constante innovación tecnológica, las nuevas formas de comerciar y, evidentemente, las políticas”. Así se expresaba la Organización Mundial del Comercio en su Informe sobre el Comercio Mundial 2013.

En los últimos años esta tendencia no ha hecho sino acentuarse, siendo la internacionalización de la economía, de las empresas y de las personas un componente esencial para el desarrollo, competitividad y bienestar de todos los países.

Por ello, en el entorno económico actual, la internacionalización como estrategia se revela como una herramienta fundamental para mejorar la competitividad de economías como la extremeña, para asegurar la estabilidad y el crecimiento de nuestras empresas y para fomentar y favorecer el crecimiento de nuestro tejido productivo y del empleo, mediante la expansión de productos, servicios y centros de producción en los mercados internacionales.

Extremadura tiene clara la necesidad de abrirse al mundo del que forma parte en una economía global abierta. En este contexto, la internacionalización de nuestra economía se configura como la mejor garantía para mejorar la competitividad de nuestras empresas, desde el momento en que todo proceso de internacionalización lleva implícita la diversificación de los riesgos, la respuesta a nuevos requisitos y un proceso de modernización continuo.

La crisis económica ha puesto de manifiesto la importancia de la internacionalización para la economía extremeña, al favorecer una mayor apertura del tejido productivo extremeño, que se ha visto en la necesidad de buscar nuevos mercados que pudieran absorber la capacidad productiva y amortiguar la debilidad de la demanda nacional. Así, el sector exterior ha actuado, en los últimos años, como una palanca de la recuperación económica.

Pasado este momento, es preciso no sólo no perder las posiciones conseguidas, consolidando lo ya alcanzado, sino, además, acrecentar el posicionamiento exterior de las empresas extremeñas, con independencia de la evolución de la demanda interior, incrementando tanto el número de empresas exportadoras como la cuota de mercado de nuestros productos y servicios en el exterior. En definitiva, es el momento de convertir la internacionalización en un elemento estructural de nuestra economía, en un componente estratégico del negocio de las empresas extremeñas.

Estamos ante un reto de capital importancia para el conjunto de la sociedad extremeña. Más allá de los efectos inmediatos reseñados sobre el tejido productivo regional, la internacionalización debe ser y convertirse en una fuerza motriz clave para impulsar el desarrollo económico y crear empleo de calidad en Extremadura, contribuyendo a que Extremadura se refuerce con un patrón de crecimiento más sólido y duradero en el tiempo.

Esta estrategia nace como un paso más de un proceso iniciado hace ya años. Las políticas de promoción internacional llevadas a cabo en las últimas décadas han sido un proceso continuo y constante que ha permitido obtener unos resultados muy positivos. Por ello, hay que seguir progresando de forma decidida en la apertura al exterior más allá de la necesidad de aplicar adaptaciones e impulsos puntuales a las políticas ya definidas con anterioridad, con el fin de favorecer un mejor aprovechamiento de las mismas.

Así, como últimos referentes de estas políticas cabe destacar los consensos alcanzados en torno a la Estrategia de Internacionalización de la Economía Extremeña de 2009 y el Plan Estratégico de Internacionalización de la Empresa Extremeña 2009-2012.

Asimismo hay que hacer referencia al Dictamen aprobado de forma unánime por los grupos presentes en junio de 2012 en la Asamblea de Extremadura, en el seno de la Comisión de Empleo, Empresa e Innovación, en la que se establecía la necesidad de continuar y aportar un nuevo impulso al proceso de internacionalización económica de Extremadura. Para tal fin fueron fijados una serie de objetivos generales, específicos y principios que, posteriormente, tuvieron traslación en el Plan Específico de Internacionalización de la Empresa Extremeña 2014/2016 que formaba parte del Plan 3E.

Del análisis de los resultados de dichos planes surge la conclusión de que, a pesar de los logros alcanzados, el margen de mejora es muy amplio. Existe una base exportadora cada vez más sólida, pero la creciente interdependencia internacional obliga a acrecentar y mejorar de forma permanente un modelo de apoyo al tejido empresarial extremeño, que sea realmente eficaz y eficiente.

Esta valoración se plasma también en el ámbito del diálogo social. La Declaración para la Concertación Social en Extremadura suscrita en octubre de 2015 entre la Administración autonómica y los agentes sociales y económicos más representativos de la Comunidad incluía el compromiso de *“Elaborar una nueva Estrategia para la Internacionalización de Extremadura que, además de potenciar la actividad exportadora y fomentar su diversificación sectorial, aborde con carácter integral las conexiones necesarias entre la acción exterior económica, institucional y social, para rentabilizar en términos económicos y sociales la actividad internacional de Extremadura. En esta estrategia, Portugal tendrá una presencia relevante”*

Por todo ello, en este Plan, en concordancia con el marco nacional, se define un concepto de internacionalización amplio e integrador. De tal manera que se aborda un proceso que no sólo afecta a las empresas y autónomos extremeños productores de bienes, sino también a los de servicios, así como a los recursos, al entorno y, más allá, a las personas, los ámbitos de la educación, el sistema de ciencia y tecnología, la sanidad, a colectivos como la población extremeña emigrada y, obviamente también, a las propias instituciones.

En definitiva, desde una perspectiva más extensa, se define un marco de actuación ambicioso y de mucho más calado, con el objetivo de apoyar un proceso de internacionalización de todas aquellas actividades económicas y sociales susceptibles de tener una dimensión internacional.

Esta compleja tarea exige la colaboración de los esfuerzos de todas las instituciones y agentes implicados en la labor de fomento de la internacionalización de Extremadura. Este Plan debe representar un programa de acción que sume voluntades, que sea eficiente en la utilización de los recursos y que evite duplicidades y disfunciones en la tarea común de convertir al sector exterior en una de las principales bazas de nuestro crecimiento. Por ello se ha primado la participación de los

agentes económicos y sociales en su definición con el objetivo de instrumentar medidas adaptadas a las necesidades del tejido empresarial extremeño.

El progreso en la internacionalización reclama dedicación y esfuerzos sostenidos a lo largo del tiempo, ya que se trata un proceso caracterizado por el dinamismo. Salir al mercado exterior es un reto constante, en el que el conocimiento de la realidad es un componente imprescindible para reaccionar a los vertiginosos cambios en las condiciones competitivas, adaptarse a las nuevas demandas y aprovechar las oportunidades incipientes.

Qué duda cabe que el protagonismo de este proceso seguirá estando centrado en las empresas extremeñas. Nuestro ecosistema empresarial destaca por el predominio de empresas pequeñas y de autónomos, que siguen necesitando un sustancial apoyo para reforzar su competitividad en una economía global. En el Informe sobre el Comercio Mundial 2016 se señala que las pequeñas empresas se enfrentan a obstáculos desproporcionados al comercio mundial y se destaca que la participación en el comercio es decisiva para ayudar a las pymes a ser más productivas y a crecer.

Más en concreto, en este Informe se afirma que “el tamaño de la empresa constituye un factor importante de la relación entre la productividad y la exportación. Entre las empresas exportadoras, las pymes suelen ser numéricamente importantes, pero representan solamente una pequeña proporción de las exportaciones totales de un país y, a menudo, exportan solamente unos pocos productos a un grupo reducido de destinos.

En gran medida, la relación entre la productividad, el tamaño y la experiencia de la exportación de una empresa explica la participación relativamente limitada de las pymes en el comercio internacional: las empresas más productivas no solo tienen mayor tamaño, sino que también tienen más facilidad para acceder a los mercados extranjeros y crecer aún más gracias a la exportación.

Muchos obstáculos al comercio son particularmente gravosos para las pymes, en especial cuando dan lugar a costos fijos. Por ese motivo, varios estudios ponen de manifiesto que las pymes se beneficiarían enormemente de una mayor liberalización del comercio y coordinación de

las políticas, en particular sobre las medidas no arancelarias. Otra conclusión es que, cuando tienen oportunidad de acceder a nuevos mercados, las pymes suelen responder con mayor rapidez y flexibilidad que las grandes empresas y, en consecuencia, pueden desempeñar una función esencial en la creación de nuevas exportaciones.

Las pymes que participan en actividades de exportación pueden mejorar su ritmo de crecimiento y empleo gracias a las economías de escala, y aumentar sus niveles de productividad e innovación por efecto del aprendizaje. La perspectiva de incrementar los ingresos de exportación puede ser también un aliciente para que las pymes se anticipen a invertir más en innovación. Asimismo se ha constatado que la adopción de estrategias de comercio electrónico suele tener un impacto positivo en las tasas medias de crecimiento de las ventas de las pymes”.¹

Para afrontar estos retos se articula este Plan como una combinación de políticas, en constante evolución, adaptada a las diferentes tipologías, capacidades y necesidades de nuestras empresas, aunque orientada de manera prioritaria hacia las pequeñas y medianas empresas extremeñas, de manera que favorezcan su inserción en los mercados internacionales en el contexto actual de feroz competencia.

El superávit de la balanza comercial de Extremadura no debe ocultar las debilidades con las que las empresas extremeñas se enfrentan al reto de la internacionalización y que se identifican con una escasa propensión a exportar, una excesiva concentración en un número reducido de sectores y empresas, y una insuficiente diversificación geográfica y de productos.

En este sentido, la concentración de exportaciones en el ámbito agroindustrial– concordante con la estructura productiva extremeña– expone nuestro comercio exterior a una importante dependencia del sector primario y del entorno cambiante que sobre el mismo se cierne en ámbitos como el de la PAC, siendo un elemento que debe tenerse en cuenta para favorecer la diferenciación productiva de nuestras exportaciones.

¹ Informe sobre el comercio mundial 2016. “Igualdad de condiciones para el comercio de las pymes”.
Organización Mundial del Comercio

Es necesario superar estas debilidades, al mismo tiempo que potenciar y aprovechar las oportunidades de crecimiento con el objetivo general de incrementar la presencia del sector exterior en la economía extremeña, contribuyendo además al desarrollo de un modelo económico sólido y sostenible, que genere más y mejor empleo.

A este objetivo debe contribuir la expansión del comercio de servicios que, aunque de menor relevancia cuantitativa que el de mercancías, está experimentando una importante expansión en los últimos años a nivel mundial. Extremadura debe aprovechar esa oportunidad de negocio y poner en el mercado las potencialidades de sus empresas y entidades del sector terciario (turismo, consultoría, ingeniería, formación, etc.), así como desarrollar la puesta en valor internacional de nuestro sistema regional de ciencia y tecnología y el bagaje experiencial obtenido en nuestra trayectoria como Comunidad Autónoma.

Hay que seguir profundizando en la internacionalización de la economía extremeña, asegurar y extender nuestra base de empresas exportadoras, así como las que ya lo hacen regularmente, incrementar el número de empresas extranjeras que operan en nuestra región, atraer inversión extranjera hacia sectores de actividad con potencial de crecimiento y ampliar la captación de recursos internacionales para el desarrollo económico regional.

Para ello se configura como una labor esencial realizar un esfuerzo en acción institucional y promoción, con el fin de afianzar la imagen de Extremadura en el exterior, que debe proyectarse bajo un punto de vista integral que, combinando los aspectos económicos con los institucionales, científicos y sociales, traslade un perfil de singularidad, calidad y fiabilidad. En este ámbito, se debe incidir en la diplomacia económica, que se presenta como un instrumento útil para la acción exterior de la región, poniéndola al servicio de los intereses económicos extremeños en el exterior con el objetivo de contribuir tanto al aumento de las exportaciones como a la atracción de inversión extranjera.

El Informe sobre el comercio mundial 2016 vincula la creciente interconexión de la economía mundial, entre otros, a la mejora de las redes de transporte. En el caso de Extremadura, la internacionalización de nuestra economía sigue estando directamente vinculada a unas infraestructuras de comunicaciones y logísticas que faciliten la

interconexión con las diversas vías de salidas naturales de nuestras mercancías y servicios y que presentan déficits inasumibles. Pese a que la resolución de estas deficiencias queda fuera del alcance de este Plan, hay que reiterar que la competitividad del comercio exterior extremeño depende en gran medida de la modernización de esta red (infraestructuras viarias, ferroviarias, aéreas y de telecomunicaciones).

En particular los corredores ferroviarios registran una situación de obsolescencia que repercute en los costes de los productos exportados restándoles capacidad de competir, por precios, y especialmente, en fiabilidad en los tiempos de entrega.

El Pacto por el Ferrocarril lo denuncia explícitamente al señalar que *“Es inadmisibile que a día de hoy Extremadura no disponga de unas infraestructuras ferroviarias dignas, acordes a los tiempos actuales y similares a las de las regiones de nuestro entorno. Este notable déficit merma la capacidad de movimiento de la población autóctona, la llegada de visitantes y limita de manera importante la salida de mercancías, con la considerable pérdida para la competitividad de la economía regional”*.

La necesidad de disponer de unas infraestructuras ferroviarias adecuadas de interconexión con los puertos del sur (Sevilla, Huelva, Algeciras) y oeste (Sines, Lisboa, Setúbal). con el eje central (Brazatortas) y el corredor mediterráneo (Valencia) está sustentada en el análisis de necesidades no cubiertas para la internacionalización competitiva de la economía extremeña, confirmando que es el bloque de las infraestructuras el que sigue pendiente, frente a otros complementarios (emprendimiento y competitividad, I+D+i. empleo) que ya han sido definidos. Por ello las reivindicaciones de dicho Pacto constituyen un objetivo inaplazable para contribuir a la salida al exterior de los productos extremeños.

La elaboración de este Plan se ha abordado con la participación de los agentes económicos y sociales más representativos, además de la interlocución activa con otras instituciones y organismos públicos y privados con presencia destacada en este ámbito. El valor de la concertación aporta al mismo una mayor fluidez y fortaleza a la hora de su implementación y evaluación.

Las políticas públicas deben perseguir una mayor sostenibilidad económica de las inversiones que realicen. Para ello tienen que incidir en

la consecución de fines sociales y medioambientales y en el fomento de la responsabilidad social empresarial. En este contexto, también en materia de internacionalización, la Junta de Extremadura manifiesta su compromiso con la aplicación efectiva de las cláusulas sociales en la contratación pública y con la observancia de los convenios colectivos en las empresas que pretendan acceder al sistema de ayudas públicas que este Plan articula.

El Plan Estratégico de Internacionalización se ve apoyado e incardinado con otros planes y estrategias sectoriales que lo potencian y realimentan. Todos ellos, a través de múltiples actuaciones y desde distintos ámbitos competenciales, contribuyen a que Extremadura llegue a disponer de un tejido empresarial más competitivo y mejor preparado para afrontar las oportunidades que el marco económico global ofrece.

La internacionalización es una prioridad para el futuro de Extremadura, que demanda de los poderes públicos una política de consenso para contribuir al crecimiento económico, un instrumento vital de mejora de la competitividad empresarial y un pilar del nuevo modelo de crecimiento más abierto, sólido y sostenible. Por todo lo anterior es necesario contar con un Plan Estratégico que convierta la aportación del sector exterior a la economía extremeña en un componente estructural y que contenga una oferta integral y actualizada de mecanismos impulsores de la internacionalización de las empresas extremeñas, que las hagan más competitivas, innovadoras y capaces de generar valor añadido y empleo de calidad.

MARCO DE REFERENCIA

El presente Plan Estratégico de Internacionalización se enmarca en un contexto económico, político y normativo en los ámbitos internacional, nacional y regional que condiciona los objetivos, contenidos y actuaciones definidas en el mismo.

Ámbito Mundial

La “**Agenda 2030 para el desarrollo sostenible**” de la ONU”, adoptada en 2015, proclama que “el comercio internacional impulsa el crecimiento económico inclusivo y la reducción de la pobreza, y contribuye a fomentar el desarrollo sostenible. Seguiremos promoviendo un sistema multilateral de comercio universal, basado en normas, abierto, transparente, predecible, inclusivo, no discriminatorio y equitativo en el marco de la Organización Mundial del Comercio (OMC), así como una verdadera liberalización del comercio”.

En el Informe 2017 de la OMC se señala que el progreso económico continuo depende de la capacidad de las sociedades para mantenerse abiertas al comercio y al progreso tecnológico, así como de su capacidad para ajustarse, adaptarse y fomentar una mayor inclusión.

Ámbito Europeo

El Consejo Europeo adoptó en junio de 2010 la **Estrategia Europa 2020** con el objetivo de estimular un crecimiento inteligente, sostenible e integrador. La Estrategia integra siete iniciativas emblemáticas. Entre ellas, la iniciativa “Una política industrial para la era de la mundialización” señala que la industria y, especialmente, las pymes se enfrentan a los desafíos de la globalización. Según esta iniciativa, la Comisión Europea debe trabajar, entre otras, en las siguientes líneas:

- Promover la internacionalización de las pyme.
- Promover la reestructuración de los sectores en crisis hacia actividades con perspectivas de futuro, a través de un despliegue rápido de las habilidades en los sectores y mercados emergentes con alto crecimiento y apoyo a las ayudas estatales de la Unión Europea y/o al Fondo de Adaptación a la Globalización.
- Mejorar el entorno empresarial, especialmente para las pyme, mediante la reducción de los costos de transacción para hacer negocios

en Europa, el fomento de las agrupaciones empresariales y la mejora en los accesos a la financiación.

Por su parte, la “**Small Business Act**” (SBA) suscrita en 2008 y revisada en 2011 recoge el compromiso europeo con las pymes, poniendo el énfasis en la importancia de las mismas en la economía europea. Dos de los 10 principios que se establecen para aportar valor añadido a escala europea, crear condiciones de competencia equitativas y mejorar el marco jurídico y administrativo de la Unión Europea se dirigen específicamente a ayudar a las pequeñas y medianas empresas en los procesos de internacionalización:

- Ayudar a las pymes a beneficiarse de las oportunidades que ofrece el mercado único, en especial mejorando la gobernanza e información sobre el funcionamiento del mercado único. Mejorar el mercado único permitiría crear un entorno más competitivo y aprovechar los efectos positivos de la globalización.

- Animar y ayudar a las pyme a beneficiarse del crecimiento de los mercados exteriores a la UE, en especial a través de actividades de apoyo específico al mercado y de formación empresarial. Los recursos limitados y la menor capacidad para absorber riesgos ponen mayores barreras comerciales a las pymes que a las grandes empresas. Por esta razón las pyme necesitan ayuda en el acceso a la información sobre socios potenciales y sobre diferentes modalidades de apertura al exterior.

La comunicación “**Small Business, Big World**”, lanzada en 2011, propone una estrategia de apoyo para hacer más efectiva y eficiente la presencia de las pyme europeas fuera del mercado único europeo sea más efectiva y eficiente, estableciendo como objetivos:

- Proporcionar información adecuada y de fácil acceso sobre como expandir el negocio fuera de la UE.

- Mejorar la coherencia de las actividades de apoyo existentes.

- Mejorar el coste-eficiencia de las actividades de apoyo.

- Completar las carencias de las actividades de apoyo.

- Crear un mercado justo y proporcionar a todas las pyme de todos los estados miembro un acceso igualitario a la internacionalización.

Para acompañar a las pyme a lo largo de todo el proceso de internacionalización la Comisión trabaja en las siguientes líneas de actuación:

- Localizar los diferentes servicios de apoyo, tanto en el origen como en el país extranjero.

- Facilitar el acceso a la información para todas aquellas pymes que quieren internacionalizarse fuera del mercado europeo.
- Promocionar la internacionalización de las pymes a través de clústeres y redes.
- Fomentar nuevas actividades en mercados prioritarios y emergentes.

La red **Enterprise Europe** fomenta la colaboración entre empresas europeas y ayuda a las pymes a explotar al máximo las oportunidades que ofrecen tanto el mercado Europeo como el mercado internacional. Existe desde 2008 y está compuesta por más de 600 organizaciones en 50 países dentro y fuera de UE.

Uno de los principales servicios que ofrecen es el apoyo a la internacionalización de las empresas integradas.

Ámbito Español

En el ámbito nacional, la **Ley 2/2014, de 25 de marzo, de la acción y del servicio exterior del Estado** establece, entre otros, los siguientes fines:

- Fortalecer la presencia internacional de España y reforzar su imagen en el mundo.
- Consolidar y reforzar la credibilidad de España para aumentar la exportación de bienes y servicios, atraer capitales que financien la economía española y mejoren la situación de las empresas nacionales.
- Garantizar asistencia y protección a los españoles y empresas que se encuentren fuera del país.

En particular en materia de internacionalización esta Ley indica que “la acción exterior en materia económica, comercial, financiera y de apoyo a la internacionalización de la empresa consistirá en la ejecución en el exterior de la política del Gobierno en materia económica, de reformas para la mejora de la competitividad y financiera, que comprende también las acciones relativas a las instituciones financieras internacionales, así como las actuaciones encaminadas a la internacionalización de la empresa y la economía españolas”.

Por su parte, la **Ley 4/2014, de 1 de abril, Básica de las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación** refuerza el papel de las Cámaras como instrumentos para la internacionalización de las

empresas españolas en colaboración con la Administración del Estado y las Comunidades Autónomas.

La **Ley 14/2013, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización** se fija como objetivo “apoyar al emprendedor y la actividad empresarial, favorecer su desarrollo, crecimiento e internacionalización y fomentar la cultura emprendedora y un entorno favorable a la actividad económica, tanto en los momentos iniciales a comenzar la actividad, como en su posterior desarrollo, crecimiento e internacionalización”.

El Consejo de Ministros del 8 de septiembre de 2017 aprobó la **Estrategia de Internacionalización de la Economía Española 2017/2027**, la primera de esta amplitud temporal, que responde a la necesidad de contar con un marco de planificación más amplio, de tal forma que el sector exterior se convierta en un componente estructural de importancia determinante para el conjunto de la economía para conseguir así mayores ritmos de crecimiento y creación de empleo.

Esta Estrategia de Internacionalización 2017-27, que se irá desarrollando mediante planes estratégicos de acción bienales, recoge la aspiración de que las políticas de fomento de la internacionalización sean política de Estado, no solo por su carácter transversal e interministerial como política de gobierno, sino también como una política interinstitucional –apoyada por el grueso de las administraciones públicas y con elevado consenso político– independiente de la orientación política del gobierno.

El objetivo general de la estrategia es el impulso de la internacionalización de la economía española, afianzando así una contribución positiva del sector exterior al crecimiento económico de España de carácter estructural que revierta en mayor creación de empleo, a través de la mejora en la competitividad y de la mayor presencia de nuestras empresas en el exterior.

Este objetivo se plasma en cuatro objetivos específicos:

1. Aumento de la propensión a exportar y de la base de empresas que exportan regularmente.
2. Diversificar los mercados destino exportación e inversión.
3. Incrementar el valor añadido de las exportaciones.
4. Aumentar la atracción de inversión extranjera.

La Estrategia identifica seis áreas de actuación:

1. Apoyo cada vez más adaptado a las necesidades y perfil de las empresas, propiciando su aumento de tamaño.
2. Incorporación de la innovación, la tecnología, la marca y la digitalización en los procesos de internacionalización
3. Desarrollo del capital humano
4. Aprovechamiento de oportunidades derivadas de la política comercial común y de las instituciones financieras y organismos multilaterales.
5. Captación y consolidación de inversión extranjera de alto valor añadido.
6. Refuerzo de la coordinación y complementariedad de las acciones de todos los actores públicos y privados relevantes.

Ámbito Extremeño

La **Estrategia de Especialización Inteligente de Extremadura RIS3** incide en la importancia de la internacionalización como garantía de la dimensión abierta que caracteriza a dicha estrategia. Así, entre los retos incluidos en la RIS3 se hace mención a:

- ✓ Construir una sociedad predispuesta al cambio, a la mejora continua, a la creatividad, al conocimiento, al emprendimiento y abierta al exterior
- ✓ Desarrollar un tejido empresarial e industrial internacionalizado y competitivo, capaz de generar riqueza de forma sostenible en el tiempo.

Más específicamente, en sus líneas estratégicas se hace referencia tanto a la apertura de la sociedad extremeña al exterior (ámbito Cultura) como al impulso de la promoción e internacionalización de las empresas extremeñas (ámbito Tejido Empresarial) así como a “la necesidad de la economía extremeña de avanzar hacia actividades que incrementen el nivel de competitividad, a través del desarrollo de productos y servicios de mayor valor añadido que, basados en las capacidades y fortalezas regionales, permitirán abrirse a nuevos mercados”.

En este ámbito empresarial se reconoce que “la base exportadora se encuentra en lógica consonancia con la especialización productiva de Extremadura, no habiendo modificaciones sustanciales en su composición en los últimos años”.

Al mismo tiempo se destaca “la cada vez mayor importancia que las empresas extremeñas están prestando a la internacionalización. Cabe destacar la importante influencia de nuestro principal cliente y demandante de productos y servicios, que es Portugal y su impacto en el sector empresarial regional, configurándose así una de las Eurorregiones más activas de Europa. Además, hay que destacar que se está alcanzando una mayor diversificación de mercados y, aunque más de la mitad de nuestras empresas exportadoras lo están haciendo a países europeos, cada vez están teniendo una mayor importancia en el comercio exterior extremeño los países emergentes”

Por último, la RIS3 pone de manifiesto “la necesidad de la economía extremeña de avanzar hacia actividades que incrementen el nivel de competitividad, a través del desarrollo de productos y servicios de mayor valor añadido que, basados en las capacidades y fortalezas regionales, permitirán abrirse a nuevos mercados”.

La Estrategia Industrial de Extremadura 2014/2020 recoge dentro de su objetivo 4 “Competitividad continua” el proyecto Internacionalización Empresarial indicando que “la economía regional ha conseguido aumentar sus tasas exportadoras en la práctica totalidad de sectores a lo largo de los últimos años (...) las tasas de internacionalización del sector industrial son claves para aumentar la apertura exterior de la economía extremeña. Se han realizado numerosas actividades dirigidas a fomentar el comercio internacional por parte del tejido empresarial de Extremadura, y será necesaria la adopción de medidas más especializadas que permitan contribuir al aumento de las oportunidades de internacionalización del tejido industrial manufacturero de Extremadura”

El Plan de Impulso Económico Regional a corto plazo suscrito en abril de 2016, reconoce “el escaso peso que el mercado regional aún representa sobre el PIB regional”. Entre sus medidas incluye un programa de colaboración público-privada destinado a facilitar a las empresas extremeñas la obtención de avales para actividades internacionales.

El Plan de Empleo de Extremadura 2016-2017, suscrito en mayo de 2016, incluye en su Eje 6 Políticas de Empleo conectadas con la actividad económica y la competitividad empresarial un Programa de Impulso al Emprendimiento personal, social y profesional concretándose en acciones como el “refuerzo de las acciones encaminadas a la internacionalización

de las empresas, apoyándolas en el conocimiento de los mercados y en el acceso a los mismo”, así como “ la identificación y atracción de empresas con el perfil adecuado para instalarse en Extremadura”.

El Plan del Empleo Autónomo de Extremadura 2016/2019, suscrito en mayo de 2016, recoge en la línea “Mejora del entorno social, asociativo y cooperación para el crecimiento” que “la internacionalización está siendo la principal salida de las microempresas para su crecimiento (...) la salida a mercados exteriores es un respaldo al mantenimiento de la actividad productiva que deriva en un sostenimiento, incluso incremento, del empleo”. Entre las actuaciones de desarrollo se encuentra una campaña de fomento de la internacionalización de la actividad de los autónomos, mediante el apoyo a la cooperación y a los proyectos dirigidos a la expansión internacional.

La Estrategia de Desarrollo de la Economía Social de Extremadura 2016/2019 incluye entre sus compromisos la elaboración de un plan de internacionalización de la economía social que se englobaría dentro de este Plan Estratégico.

El Marco regional de Impulso a la Economía Verde y la Economía Circular Extremadura 2030 pretende convertir a Extremadura en un referente internacional en economía verde y economía circular en 2030 e incluye entre sus proyectos guías la Internacionalización del modelo extremeño de economía verde y circular, que contenga la promoción exterior de las iniciativas regionales y la captación de inversión internacional para proyectos en la región.

El Plan Turístico de Extremadura 2017/2020 es el instrumento que define la estrategia de desarrollo y modernización del sector turístico, así como el fomento y promoción de los recursos turísticos de la región. Dentro de sus líneas estratégicas cabe señalar la cooperación en la que figura como actuación destacada la colaboración con otras organizaciones, tanto a nivel nacional como internacional para una mejora de la proyección de Extremadura en el exterior.

La Estrategia de Acción Exterior de Extremadura, que se ha elaborado de forma coordinada con este Plan, dedica uno de sus ejes a “*Promover la internacionalización de la economía y la sociedad*” e indica que tanto la Administración como las empresas extremeñas son conscientes desde hace tiempo de que la búsqueda de clientes y socios

en otras áreas geográficas y la apertura de nuevos mercados para sus productos y servicios es fundamental para mejorar la competitividad de la economía extremeña y favorecer el crecimiento de nuestro tejido productivo.

De forma paralela se pretende reforzar la especial relación que Extremadura mantiene con el vecino Portugal, nuestro principal cliente y proveedor, a través del renovado **Plan Portugal**. Se trata de impulsar las relaciones Extremadura-Portugal a nivel institucional, cultural, económico y social y aprovechar las alianzas económicas y culturales que Portugal mantiene históricamente con los países de habla portuguesa en Iberoamérica y norte de África y Asia, y buscar fórmulas de cooperación con entidades y organismos portugueses que nos permitan establecer nuevas alianzas que posibiliten que nuestras empresas estén más y mejor posicionadas en dichos mercados.

El Plan para el Emprendimiento y el Fomento de la Competitividad Empresarial 2017/2020 indica que la salida al exterior es otro de los retos de las empresas extremeñas ya que la presencia de los productos extremeños en los mercados exteriores es insuficiente. Por ello establece como uno de los pilares del Plan la expansión empresarial mediante la mejora de la competitividad y el fomento de la internacionalización.

El VI Plan Regional de Investigación, Desarrollo Tecnológico e Innovación 2017/2020 establece que uno de los fines principales que se pretende obtener a través del mismo es aumentar las capacidades de comercialización de los productos resultantes de la investigación. Este Plan incluye una apuesta clara por la internacionalización, ya que los proyectos de I+D+i son vitales para incrementar la visibilidad y repercusión internacional de la I+D+i generada en Extremadura. Para los agentes de la cadena de valor, empezando por las empresas, es fundamental aumentar el negocio internacional, además de la innovación o la mejora de los conocimientos si quieren permanecer en posiciones competitivas.

El presente Plan Estratégico de Internacionalización recoge y hace suyos los principios definitorios y objetivos de todos estos documentos estratégicos con los que se alinea y desarrolla complementariedades, con el fin último de hacer de la internacionalización un elemento transversal de la economía extremeña.

ANÁLISIS DEL SECTOR EXTERIOR EXTREMEÑO

El grado de apertura de la economía extremeña, definido como la suma de las exportaciones e importaciones de mercancías en relación con el PIB, se sitúa en 2016 en el 15,5%, muy por debajo de la media española (47,4%).

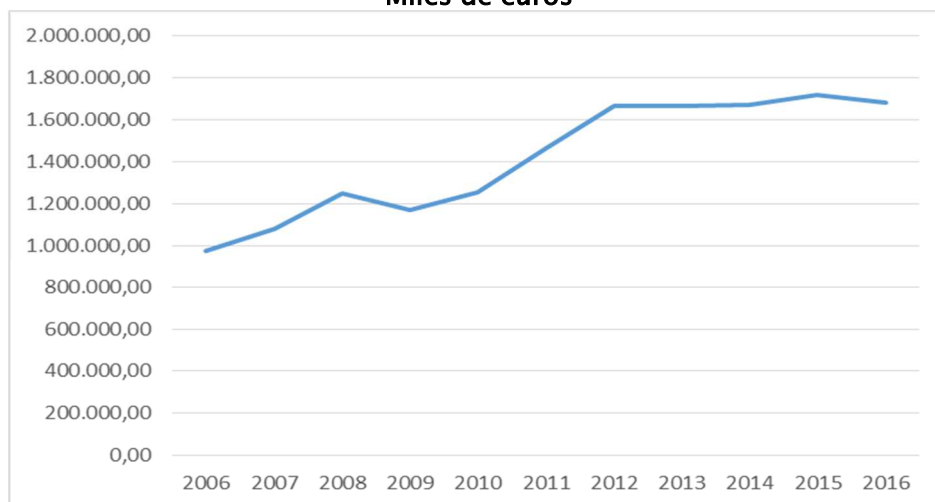
El comercio exterior extremeño presentó en 2016 un superávit por importe de 610,1 millones de euros, con lo que la tasa de cobertura se situó en el 156,9%, un nivel muy superior al de España (93,1%). A pesar de ello la participación de Extremadura en el total del comercio exterior de España es muy reducida tanto en exportaciones (0,66% del total) como en importaciones (0,39%).

3.1. Evolución de las exportaciones extremeñas

En el periodo 2006–2016 las exportaciones extremeñas crecieron un 72,6%. Su evolución presenta en este periodo un crecimiento casi continuo, con algunas excepciones (2009 y 2016) en el que se produjeron ligeros descensos. El volumen total en 2016 asciende a 1.681,4 millones de euros que supuso un descenso del –2,3% interanual.

Evolución de las exportaciones extremeñas 2006–2016

Miles de euros



Fuente: Secretaría de Estado de Comercio (Datacomex).

Aunque con ligeras desviaciones, desde el año 2006 hasta el año 2014, el porcentaje que las exportaciones extremeñas suponen sobre el PIB ha ido aumentando, al pasar de un 6% a un 10,1%. En este punto, unas

veces como consecuencia de un incremento porcentual mayor del PIB que de las exportaciones y otras derivado de un descenso de las mismas (año 2016), el porcentaje ha descendido ligeramente en los dos últimos años.

Exportaciones extremeñas en relación con PIB

2006–2016

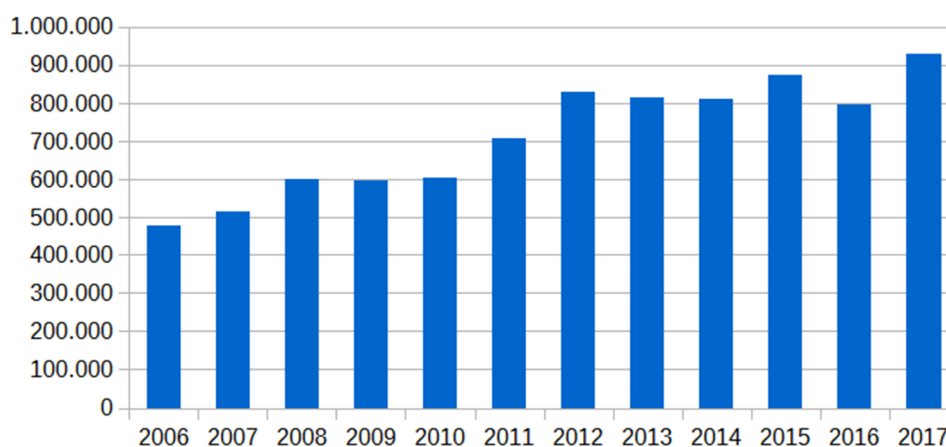
	PIB (miles€)	Exportaciones (miles €)	Ratio Exportaciones/P IB
2006	16.231.118	974.291	6,0
2007	17.482.445	1.082.377	6,2
2008	18.154.860	1.251.672	6,9
2009	17.777.510	1.171.391	6,6
2010	18.026.718	1.256.819	7,0
2011	17.563.209	1.464.296	8,3
2012	16.874.848	1.667.114	9,9
2013	16.781.115	1.667.552	9,9
2014 (P)	16.651.921	1.673.743	10,1
2015(A)	17.273.391	1.720.432	10,0
2016 (1ªE)	17.712.047	1.681.426	9,5

(P): Datos provisionales (A) Aproximación (1ªE) Primera Estimación

Fuente: Secretaría de Estado de Comercio (Datacomex). INE. Elaboración propia

Con datos más actualizados se muestra en el siguiente gráfico la evolución desde el año 2006 hasta el 2017 de las exportaciones acumuladas durante el primer semestre.

Exportaciones extremeñas Acumulado primer semestre del año 2006–2017



Fuente: Datacomex

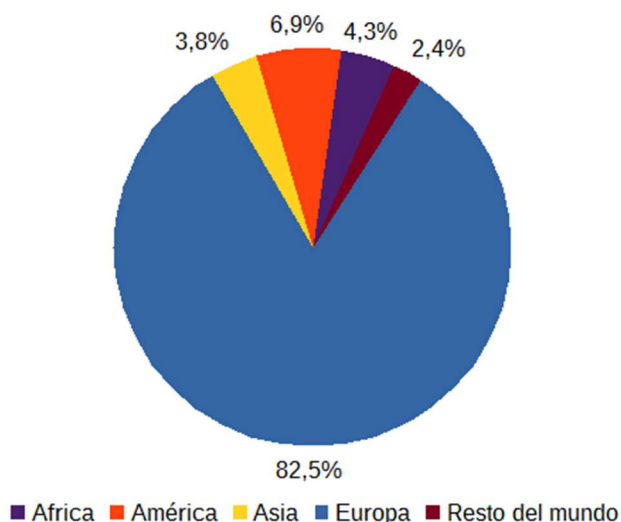
Como puede observarse, las exportaciones en el acumulado del primer semestre de 2017 mantienen un ritmo creciente aumentando un 16,4% respecto al mismo periodo de 2016. Su evolución a lo largo de estos años, a pesar de algunos altibajos, registra un comportamiento ascendente. En tasa interanual, entre 2006 y 2017 las exportaciones durante el primer semestre se han incrementado un 94,5%.

3.2 Principales flujos comerciales por destino

En 2016, Extremadura exportó a 162 países del mundo, cuatro más que en 2015. Las ventas en Europa concentraron el 84,4% del total de las exportaciones extremeñas, especialmente a los países pertenecientes a la UE-28 (80,4% del total), y dentro de éstos, a los socios de la zona euro (71,6% del total).

En este continente destacan como principales clientes Portugal, con el 30,2% del total de las ventas extremeñas al exterior, seguido de Francia (13,4%), Alemania (13,1% del total), Italia (8%), Reino Unido (5%), Países Bajos (3,6%) y Bélgica (1,9%).

**Distribución de las exportaciones extremeñas por continentes
Año 2016.**



Fuente: Secretaría de Estado de Comercio (Datacomex) y elaboración propia

América absorbe el 6,9% del total de las exportaciones extremeñas: Estados Unidos (1,8% del total), y Brasil (1,7%), son los principales clientes.

África recibe el 4,3% del total de las exportaciones extremeñas (el 2,2% en Marruecos). Y Asia el 3,8% del total (China el 1,2%).

Principales clientes de los productos extremeños

2016

	Miles de €	% Total exportaciones
TOTAL EXPORTACIONES	1.681.426	100
Portugal	507.252	30,2
Francia	226.024	13,4
Alemania	219.965	13,1
Italia	134.463	8,0
Reino Unido	83.903	5,0
Países Bajos	60.295	3,6
Marruecos	36.586	2,2
Bélgica	32.174	1,9
Estados Unidos	29.480	1,8
Resto de países	351.284	20,9

2016: Datos provisionales

Fuente: Secretaría de Estado de Comercio (Datacomex).

Respecto a las compras en el exterior, en 2016, Extremadura importó productos de 123 países, concentrando *Europa* el 89,4% del total de las importaciones extremeñas: los países de la *UE-28* el 85,6% del total; y los socios de la *zona euro* el 75,6%. En este continente sobresalen como principales proveedores: Portugal con el 36,3% del total de las compras extremeñas al exterior, seguido de Países Bajos (13,9% del total), Alemania (9%), Francia (6,8%), Polonia (6,7%) e Italia (6%).

De Asia procede el 7,9% del total de las importaciones extremeñas, destacando China (4,7% del total). Tiene como origen América el 2% del total de las importaciones extremeñas (un 1% del total Estados Unidos) y África el 0,5% del total (Marruecos 0,3% del total).

Principales proveedores de Extremadura en 2016

	Miles de €	% Total importaciones
TOTAL IMPORTACIONES	1.071.364	100
Portugal	389.250	36,3
Países Bajos	149.357	13,9
Alemania	96.539	9,0
Francia	72.383	6,8
Polonia	71.666	6,7
Italia	64.445	6,0
China	49.835	4,7
Bélgica	20.029	1,9

Reino Unido	10.578	1,0
Resto de países	147.282	13,7

2016: Datos provisionales

Fuente: Secretaría de Estado de Comercio (Datacomex).

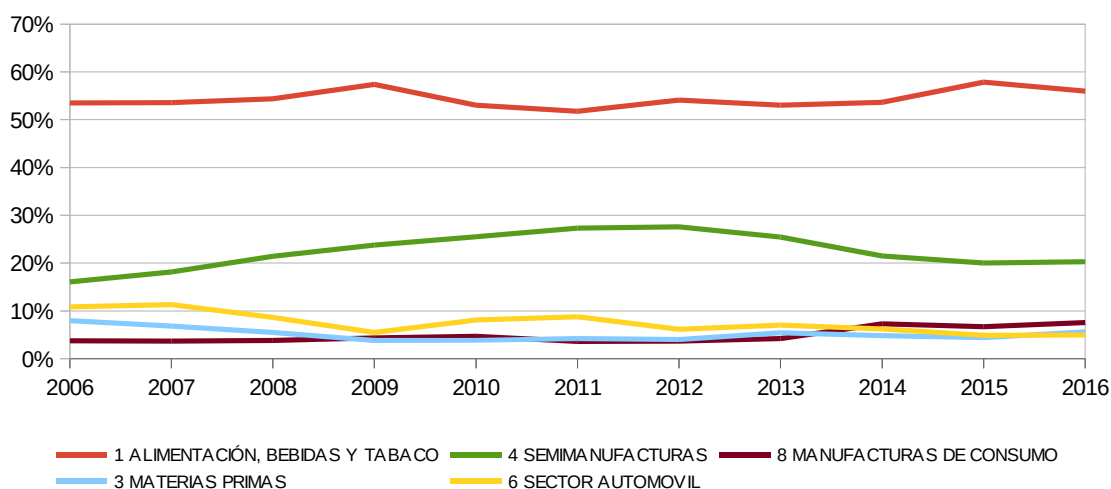
3.3. Exportaciones por sectores económicos

En el año 2016 Extremadura concentra la mayoría de sus exportaciones básicamente en dos sectores: “1. Alimentación, bebidas y tabaco” que representa el 56% del total y “4. Semimanufacturas” con un peso relativo del 20,3%.

Al analizar los datos entre los años 2006 y 2016 el sector “1. Alimentación, bebidas y tabaco” se mantiene como el de mayor porcentaje exportador registrando en todos las anualidades algo más de la mitad del importe total de las exportaciones. Le siguen en importancia el “4. Semimanufacturas” que experimenta un incremento de 4,2 p.p. en 2016 respecto a 2006. Por su parte, más distanciados de los dos primeros y con pesos similares entre ellos, se encuentran el “8. Manufacturas de consumos”, seguido del “3. Materias primas” y del “6. Sector del automóvil”, que representan el 7,6%, 5,6% y 5% respectivamente.

Los sectores con mayor evolución en el periodo analizado han sido “Otras mercancías” y el de “Manufacturas de consumo”, que crecieron un 1.147,8% y 250,1% respectivamente

Evolución del peso porcentual de las exportaciones extremeñas de los sectores más representativos



Fuente: Secretaría de Estado de Comercio (Datacomex).

3.4. Exportaciones por CNAE-2009

Dentro de la Clasificación de Actividades Económicas (CNAE-2009), de las nueve secciones en que se desglosa, el 99,4% del total de las exportaciones en 2016 fueron realizadas por dos secciones:

- “A. Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca” con el 18,4%. (309,8 mill. de euros)
- “C. Industria manufacturera” con un peso del 80,9% (1.360,9 mill. de euros)

	Agricultura, ganadería, silvicultura y Pesca	Industrias extractivas	Industria manufacturera	Suministro de energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado	Suministro agua, actividad saneamiento, gestión residuos y descontamin.	Información y comunicaciones	Actividades profesionales, científicas y técnicas	Actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento	Actividades no clasificadas
2006	177.299	4321,8	789.286,2		1.682,8	1234,0	6,5	4	456,5
2007	161.895	2885,3	913.505,3		2.781,5	1056,9	21,2	14,0	218,4
2008	182.107	1883,3	1.063.974,7		1.898,8	899,0	8,5	1,5	899,3
2009	191.487	1166,6	975.441,4		363,8	1838,6		18,0	1.075,5
2010	209.433	817,4	1.043.002,9		1.328,4	1027,3		57,6	1.152,8
2011	231.429	357,8	1.225.892,4		2.696,7	1350,8		0,4	2.568,9
2012	285.854	3291,3	1.371.148,0	1655,2	844,9	1352,7	1,5	27,2	2.939,7
2013	282.386	5847,5	1.373.851,1	64,3	2.708,6	1775,6		4,1	914,8
2014	304.489	4083,8	1.360.028,8	391,0	2.229,0	1353,6	1,9	15,5	1.150,6
2015	326.390	2636,7	1.385.597,3	720,9	1.173,8	1077,2		29,4	2.806,8
2016	309.842	3265,1	1.360.920,6		673,8	975,2		41,6	5.707,3

Fuente: Secretaría de Estado de Comercio (Datacomex).

La sección “C. Industria manufacturera”, posee el mayor porcentaje exportador a lo largo del período 2006/2016 al registrar en todas las anualidades un peso en torno al 80%. Por otro lado, se encuentra la sección “A. Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca” cuyas exportaciones crecen, aunque más lentamente que la anterior, y ganan peso respecto a 2006 (0,2 p.p).

3.5. Exportaciones por producto

Según la clasificación TARIC² en 2016 existen trece productos extremeños cuyas exportaciones igualan o superan el 2% del total de las

2

Nomenclatura Combinada (NC) del Arancel de Aduanas Reglamento 2658/1987 del Consejo relativo a la nomenclatura arancelaria y estadística y al arancel aduanero común. Última revisión Reglamento de ejecución (EU) 2015/1754 de la Comisión de 6 de octubre de 2015.

exportaciones extremeñas. De ellos nueve pertenecen al sector agroalimentario y pesquero.

Dentro de los diez productos más vendidos destacan los *Tomates preparados o conservados*, que representan el 13,2% del total de las exportaciones extremeñas en 2016, seguido a mucha distancia de *Vinos y mostos*, con el 4,4% del total. Ambos retrocediendo en su participación sobre total de las exportaciones extremeñas principalmente Vinos y mostos (-1 p.p. respecto a 2015)

Exportaciones por sectores	2016	
	Miles de €	% Total exportaciones
Sector agroalimentario y pesquero	1.098.706	65,3
Tomates preparados o conservados	222.457	13,2
Vinos y mostos	74.243	4,4
Ciruelas frescas	60.330	3,6
Aceite de oliva virgen	52.377	3,1
Melocotones frescos	49.211	2,9
Aceitunas preparadas	43.262	2,6
Tapones de corcho	42.098	2,5
Corcho natural	41.473	2,5
Preparados para salsas	37.181	2,2
Sector del metal	307.205	18,3
Partes de motores diesel	71.278	4,2
Perfiles de hierro o acero	63.142	3,8
Sector del tabaco	80.088	4,8
Tabaco	72.150	4,3
Sector del vidrio	57.618	3,4
Botellas y frascos de vidrio	57.297	3,4
Resto sectores	137.808	8,2
Resto de productos	794.929	47,3
TOTAL SECTORES	1.681.426	100,0

Datos 2016 provisionales

Fuente: Secretaría de Estado de Comercio (Datacomex).

El *Tabaco*, en tercer lugar, *Partes de motores diésel* en cuarto, *Perfiles de hierro o acero* en quinto, *Ciruelas frescas* en sexto y *Botellas y frascos de vidrio* en séptimo lugar mejoran su cuota. El mayor avance se observa en el puesto octavo, *Aceite de oliva virgen*, y el mayor retroceso en el noveno, *Melocotones frescos*. Y en el último lugar, *Aceitunas preparadas*, aumentan la participación en el total hasta el 2,6 %.

Clasificación de los 10 productos extremeños más exportados Año 2016

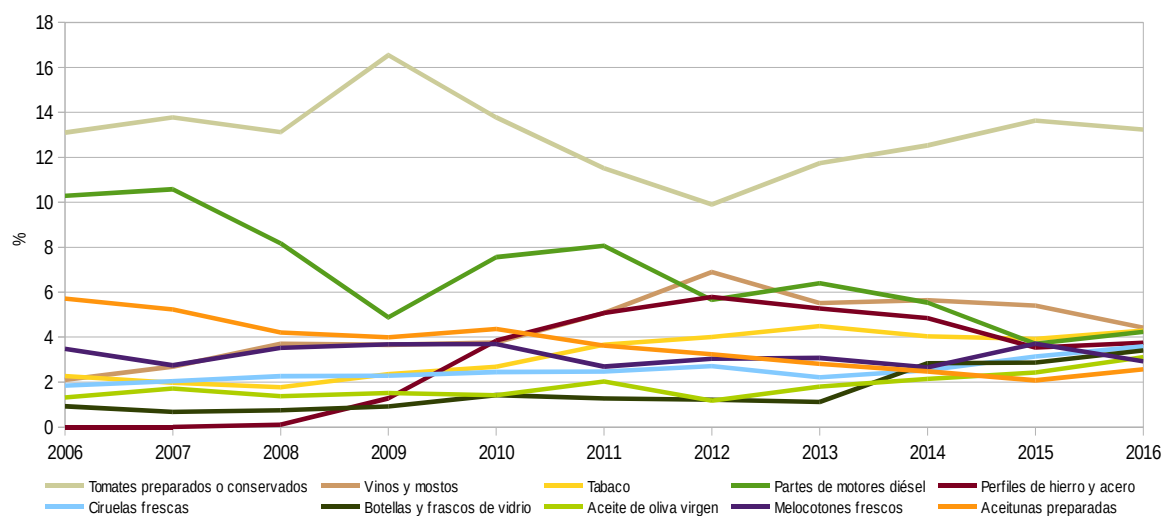
Posición	Productos	2016 (miles de €)	Posición 2015
1	Tomates preparados o conservados	222.457	1
2	Vinos y mostos	74.243	2

3	Tabaco	72.150	3
4	Partes de motores diesel	71.278	5
5	Perfiles de hierro o acero	63.142	6
6	Ciruelas frescas	60.330	7
7	Botellas y frascos de vidrio	57.297	8
8	Aceite de oliva virgen	52.377	10
9	Melocotones frescos	49.211	4
10	Aceitunas preparadas	43.262	-

Datos 2015 y 2016 provisionales

Fuente: Secretaría de Estado de Comercio (Datacomex).

Evolución del peso porcentual de los 10 primeros productos sobre el total de las exportaciones extremeñas

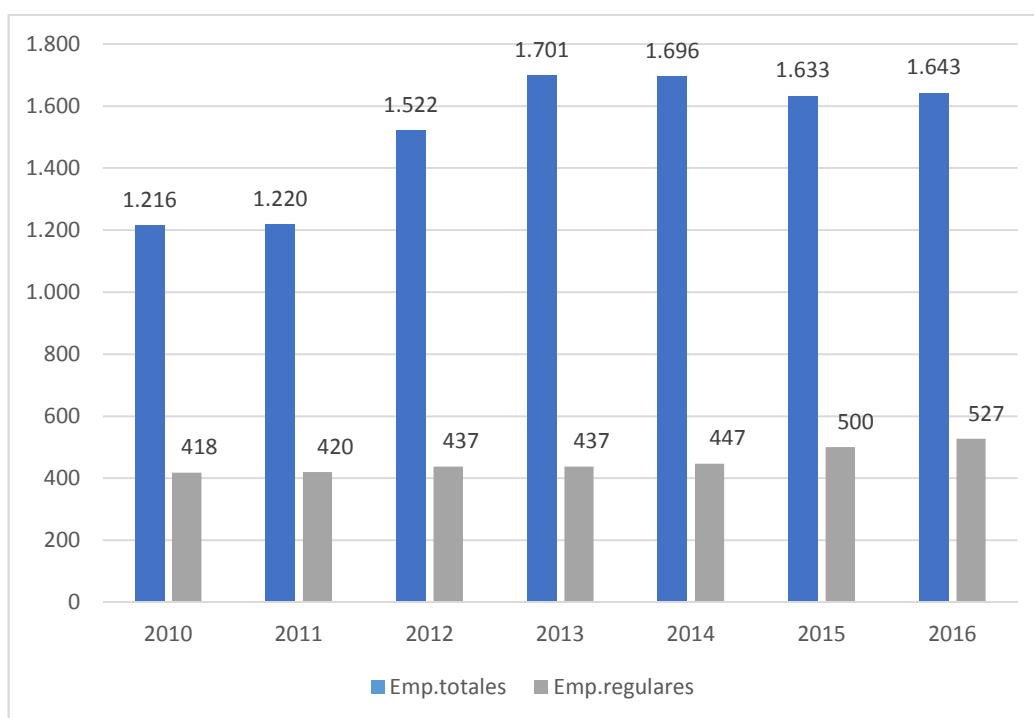


Fuente: Secretaría de Estado de Comercio (Datacomex).

PERFIL DE LAS EMPRESAS EXPORTADORAS EXTREMEÑAS

En 2016, según el Instituto Español de Comercio Exterior, el número total de empresas exportadoras en la región ascendió a 1.643 empresas, lo que supuso un incremento del 0,6% interanual, recuperando el crecimiento tras dos años de ligero retroceso.

Evolución del número de empresas extremeñas exportadoras totales y regulares



Fuente: Secretaría de Estado de Comercio (Datacomex).

Las empresas exportadoras representan el 2,5% del total del parque empresarial de la región y algo más del uno por ciento (1,1%) del total de empresas exportadoras nacionales. Esta cifra es levemente superior a la cuota de mercado extremeña sobre el total de las exportaciones españolas (0,7%).

Desde el año 2012, la evolución del grado de concentración de las exportaciones en función del número de empresas arroja una menor presencia de las cinco primeras exportadoras, que son responsables del 21,1% del total de las exportaciones. Este hecho se repite hasta una

concentración de las 100 primeras empresas. A partir de las 500 el porcentaje crece.

**Porcentaje acumulado de exportación por número de exportadores
(ordenados por volumen)**

	2012	2013	2014	2015	2016
5 primeras	30,2%	27,3%	22,8%	20,4%	21,1%
10 primeras	40,3%	37,0%	34,5%	32,1%	33,7%
25 primeras	55,0%	54,0%	52,3%	52,2%	52,0%
50 primeras	68,0%	67,9%	65,2%	67,1%	65,6%
100 primeras	79,0%	78,9%	76,6%	79,0%	78,3%
500 primeras	87,9%	88,2%	87,5%	91,2%	90,8%
1000 primeras	87,9%	88,2%	87,5%	91,2%	90,9%

Fuente: Secretaría de Estado de Comercio (Datacomex).

En 2016 se contabilizaron 611 empresas con un volumen de exportación por importe igual o superior a 50.000 euros y que representan el 37,2% del total de las exportadoras.

Respecto de las empresas exportadoras regulares, entendiendo como tales aquellas que han exportado en los últimos 4 años de forma consecutiva, en Extremadura se registran 527, un 5,4% más que en 2015. De ellas un 65,5% registraron un volumen de exportación igual o superior a 50.000 euros.

El 62% de las empresas regulares extremeñas (327) se situaron en el tramo entre 50.000 euros y 5 millones de euros. En el intervalo entre 5 y 50 millones se registraron 59 empresas, siendo 6 las empresas que facturan por encima de los 50 millones de euros.

Perfil empresa extremeña exportadora por volumen de exportación

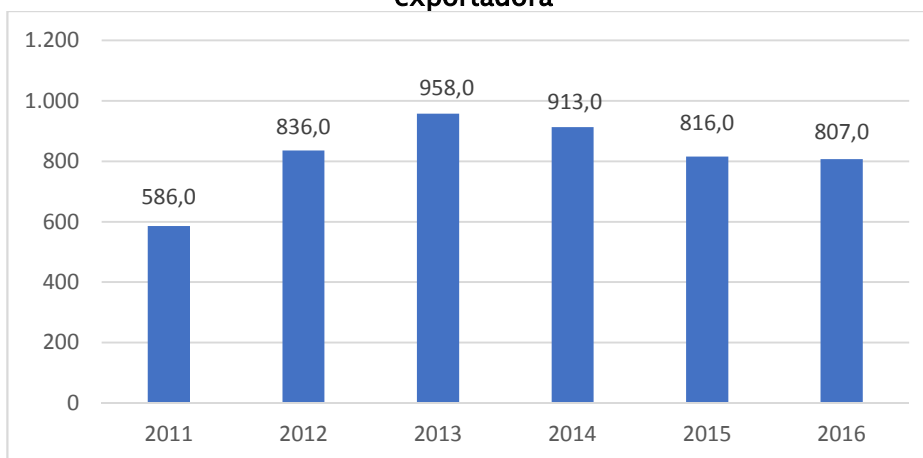
Miles de euros

	2012		2013		2014		2015		2016	
	Nº Exp	Exportación	Nº Exp	Exportación	Nº Exp	Exportación	Nº Exp	Exportación	Nº Exp	Exportación
< 5.000 €	40	71,2	38	64,3	32	51,6	52	95,2	52	63,5
% s/Total Empresas	2,6	0,0	2,2	0,0	1,9	0,0	3,2	0,0	3,2	0,0
5.000 a 25.000€	38	490,5	40	494,4	36	417,3	43	532,8	56	675,5
% s/Total Empresas	2,5	0,0	2,4	0,0	2,1	0,0	2,6	0,0	3,4	0,0
25.000-50.000€	29	1.096,0	24	924,8	22	752,4	S.E.	S.E.	27	1.013,0
% s/Total Empresas	1,9	0,1	1,4	0,1	1,3	0,0	S.E.	S.E.	1,6	0,1
50.000-500.000€	123	30.032,1	122	26.397,7	128	29.606,4	132	26.837,9	144	33.232,7
% s/Total Empresas	8,1	1,8	7,2	1,6	7,5	1,8	8,1	1,6	8,8	2,0
500.000-5 Mill.€	148	252.120,7	153	255.869,7	170	294.749,5	186	319.862,2	183	306.514,3
% s/Total Empresas	9,7	15,1	9	15,3	10	17,6	11,4	18,6	11,1	18,2
5 Mill.€-50 Mill.€	54	678.953,5	55	733.364,4	54	757.206,4	57	919.552,0	59	773.781,8
% s/Total Empresas	3,5	40,7	3,2	44,0	3,2	45,2	3,5	53,4	3,6	46,0
Entre 50 Mill.€ -250 Mill.€	5	503.221,8	5	454.407,9	5	382.005,8	S.E.	S.E.	6	412.299,6
% s/Total Empresas	0,3	30,2	0,3	27,3	0,3	22,8	S.E.	S.E.	0,4	24,5

Fuente: Secretaría de Estado de Comercio (Datacomex).

Las empresas extremeñas han mostrado en los últimos años un continuado interés por los mercados exteriores, puesto que una media anual de 819 empresas inició o reinició su actividad exportadora en Extremadura entre 2011 y 2016, lo que equivale al 52,2% de la media de las empresas exportadoras en ese periodo.

Evolución de empresas extremeñas que inician o reinician actividad exportadora



Fuente: Secretaría de Estado de Comercio (Datacomex).

Portugal es el país al que exportan mayor número de empresas (270) que representan el 51,2% del total de empresas regulares. Le siguen como destino Francia con 109 empresas, Italia (91) y Alemania (86), representando éstas un 20,7%, 17,3% y un 16,3% respectivamente del total.

Según el valor económico de las exportaciones, vuelve a ser Portugal el destino que ocupa el primer lugar con el 30,6% del valor de exportación, seguida de Alemania (13,2%), Francia (11,1%) e Italia (7,6%).

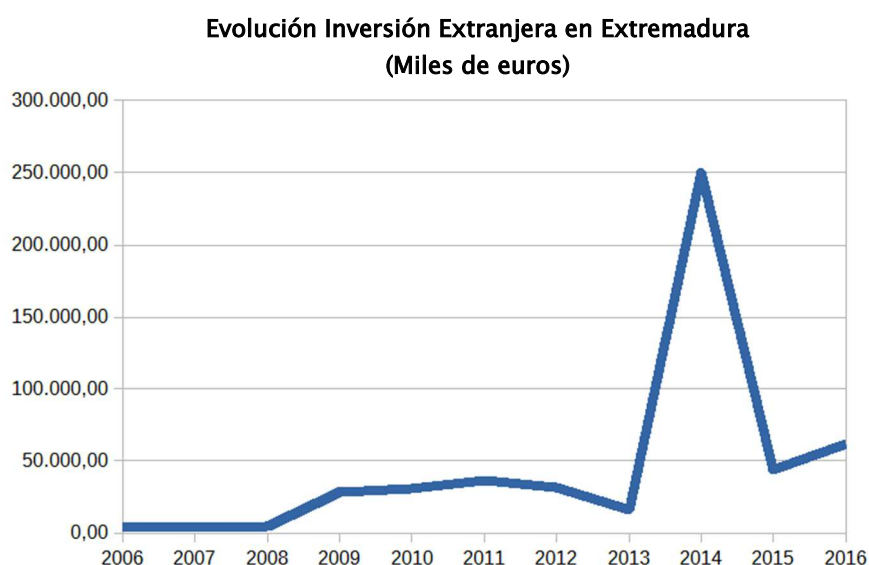
Atendiendo a las exportaciones por sectores ICEX, dentro del comportamiento de las exportadoras regulares, destacó el sector agroalimentario, al que se dedicaron 261 empresas (49,5% del total), representando el 48,8% del valor.

Otro sector relevante es el de productos industriales y tecnología, al que pertenece el 47,4% de las empresas (250) y que representó el 39% del valor de las mismas, aumentando el volumen de exportación en el último año de 572,6 a 595,2 millones de euros. También fueron relevantes para la región los sectores de Bebidas y Bienes de consumo, al que se dedicaron 52 y 47 empresas respectivamente.

LA INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA

5.1 Inversión extranjera directa en Extremadura

La inversión extranjera productiva, excluidas las Entidades de Tenencia de Valores Extranjeros (ETVE), alcanzó en Extremadura en 2016 los 62.130 miles de euros, de acuerdo con los datos del Registro de Inversiones Exteriores del Ministerio de Economía y Competitividad. La evolución de esta magnitud se mantuvo en niveles muy escasos en el periodo 2006/2008. A partir de 2009 inicia un cuatrienio de expansión contenida que se detiene en 2013. En 2014 experimenta un repunte inusual derivado de una operación de capitalización puntual y en el último periodo muestra un ligero crecimiento.



Fuente: MINECO. Data INVEX

En función de la procedencia, en 2016, hay que destacar el alto grado de concentración en dos países, Luxemburgo con el 61,4% del total de la inversión extranjera en Extremadura (38,1 M€) y Portugal del que procede el 36,5% (22,6 M€). En cuanto a los sectores a los que se dedica la inversión, en el caso de Luxemburgo la totalidad es para el suministro de energía eléctrica, gas, vapor-aire. La inversión de Portugal sin embargo está más diversificada, dedicando el 69% a la agricultura, ganadería, caza, un 17,6% a actividades jurídicas y de contabilidad y un 12% tiene como destino los servicios a edificios y actividades de jardinería. En 2015 la inversión de Portugal se destinó casi en su totalidad (95,9%) a actividades inmobiliarias.

**Inversión Extranjera en Extremadura por país de procedencia
2016**

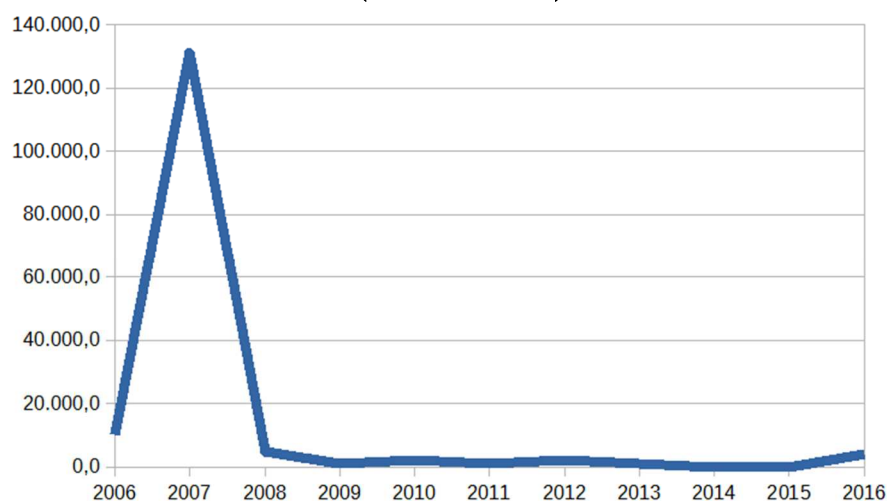
País de procedencia	Inversión (euros)
Luxemburgo	38.132.400
Portugal	22.688.610
Rusia	1.000.000
Alemania	258.940
Suiza	20.400
Italia	19.800
Bélgica	3.010
Noruega	2.260
México	2.250
Colombia	1.800

Fuente: MINECO. Data INVEX

5.2 Inversión directa de Extremadura en el exterior

Las inversiones de Extremadura en el exterior son de escasa entidad, salvando algún ejercicio ocasional. Tras varios periodos con una inversión mínima o en los que no se registró ninguna inversión, destaca 2016 por alcanzar la región niveles de inversión similares a los de 2008 (4,1 M€), habiéndose realizado el total de la inversión en Portugal.

**Evolución Inversión Extremeña en el exterior
(Miles de euros)**



En el acumulado de la última década destacan las inversiones en Alemania, (centradas en el año 2007) y en Portugal.

**Inversión Extranjera de Extremadura por principales países de destino
Acumulado 2009-2016**

País de destino	Inversión (miles euros)
Alemania	123.959
Portugal	21.619
México	6.540
Perú	1.627
Chile	1.470
Reino Unido	1.188

Fuente: MINECO. Data INVEX

DIAGNÓSTICO DEL SECTOR EXTERIOR EXTREMEÑO

Con el fin de dar continuidad a diagnósticos comunes, para la realización de esta matriz DAFO se parte de la aprobada por la Comisión de Empleo, Empresa e Innovación de la Asamblea de Extremadura en junio de 2012.

MATRIZ DAFO DE LAS EXPORTACIONES	
DEBILIDADES	FORTALEZAS
➤ Reducida dimensión y dispersión de las empresas extremeñas. ➤ Falta de planificación estratégica de los procesos de internacionalización debido a la reducida cultura y escasa propensión exportadora. ➤ Insuficiente formación en comercio exterior. Falta de capacitación de los recursos humanos de las empresas, incluidos los cuadros directivos, para llevar a cabo labores de negociación y comercialización internacional, con una clara carencia en materia de idiomas. ➤ Limitada actividad de la I+D+I en todas las fases del proceso productivo. ➤ Necesidad de herramientas específicas y adaptadas a las especificidades de cada empresa en función de su estadio dentro del proceso de I+D+i. ➤ Concentración de exportaciones geográfica y sectorialmente. ➤ La especialización de la economía extremeña en sectores con capacidad de exportación es muy limitada. ➤ Algunos productos extremeños que salen a los mercados exteriores lo hacen a través de empresas con sede en otras Comunidades Autónomas (tanto clientes de empresas extremeñas como sociedades que cuentan con producción en Extremadura pero cuya facturación exterior se realiza desde la matriz localizada en otra región) y que, por tanto, no computan como venta exterior de Extremadura (p. ej.: existencia de <i>brokers</i> en otras regiones que compran los productos frutícolas extremeños para luego exportarlos). Asimismo, el valor de las exportaciones extremeñas también se ve afectado por las variaciones en los	➤ Alta calidad de las materias primas producidas y actitud proactiva a la producción de calidad diferencia (DOP, IGP, sellos de calidad) ➤ Saldo positivo de la balanza comercial ➤ Tendencia a la unión de empresas para favorecer la competitividad de las mismas. ➤ Experiencia en sectores estratégicos como las energías renovables. ➤ Productos apreciados por determinados sectores. ➤ Singularidad y diferenciación de determinados productos agroalimentarios: cárnicos, cereza del Jerte, pimentón de la Vera, etc.

precios de los productos agroalimentarios (principal sector exportador y muy vulnerable frente a las condiciones climatológicas) en los mercados internacionales. ➤ Dependencia aún elevada de la exportación de <i>commodities</i> (graneles) ➤ Bajo peso de las actividades de mayor valor (TIC, manufacturas tecnológicas, actividades científicas y técnicas). ➤ Coste de salida a los mercados por infraestructuras deficientes.	
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
➤ La tendencia del consumo apuntan a importantes crecimientos en la demanda de productos diferenciados y elaborados, los que exige una importante estructura transformadora y comercializadora. ➤ Quedar relegados en mercados de volumen que operan a precio. ➤ Aumento de las posiciones comerciales proteccionistas. ➤ Creciente competencia de economías emergentes. ➤ Riesgos por las potenciales consecuencias negativas del Brexit.	➤ Margen para trabajar en la diversificación de mercados y productos en los ámbitos sectoriales definidos por la RIS3 y el sector servicios (turismo, cultura), bienes de consumo y productos con contenido tecnológico, además de aquellos otros potenciales a determinar en función de la prospección de las tendencias de la demanda exterior. ➤ Un número reducido de empresas exportadoras permite hacer una estrategia a medida para las empresas. ➤ Escasa penetración en Iberoamérica ➤ Existe margen de mejora en la conexión entre las empresas y los centros tecnológicos. ➤ Potenciar la conexión de los puertos naturales (Algeciras, Sines..) ➤ Potenciación de la plataforma logística ➤ Potencialidad en activos y recursos medioambientales y en la explotación del agua.

OBJETIVO GENERAL

La internacionalización de la economía extremeña se define desde una perspectiva amplia incluyendo, además del ámbito de las relaciones comerciales (fomento de las exportaciones de bienes y servicios), los flujos de inversiones y el ámbito de la cooperación, tanto empresarial como institucional.

Para avanzar en este reto es necesario progresar en el proceso de apertura de la economía, que debe orientarse en mayor medida hacia el exterior, independientemente de cuál sea la evolución de la demanda regional y nacional.

Este objetivo pasa necesariamente por la consolidación del modelo de apoyo a la internacionalización que se ha venido desarrollando, extenderlo y hacerlo más eficaz y flexible, adaptándolo a las necesidades de las empresas y a los cambios en los mercados.

Para la consecución de estos retos el Plan Estratégico de Internacionalización de la Economía Extremeña se articula a través de un Objetivo General:

Impulsar la internacionalización de la economía y de las empresas extremeñas para contribuir al desarrollo de la región y a la creación de empleo de calidad

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

El objetivo general se articula a través de 9 objetivos estratégicos:



- **Incrementar la actividad exportadora de la economía extremeña**

La aportación actual, en torno al 10% del PIB, de las exportaciones extremeñas debe crecer ampliamente, de forma que el sector exterior se convierta en un motor más potente de la economía regional, aportando sostenibilidad al modelo de crecimiento y aumentando el empleo vinculado a las exportaciones y las inversiones extranjeras.

A ello debe contribuir la potenciación de las exportaciones de servicios, del conocimiento y los avances en la cooperación institucional.

- **Aumentar y diversificar la base exportadora empresarial**

La exportación es un componente añadido de rentabilidad empresarial, por lo que hay que enfocar los esfuerzos hacia el fomento de la vocación internacional de nuestras empresas, con particular atención a las pymes y a los autónomos, que son predominantes en el tejido empresarial extremeño, incidiendo en el incremento de las ventas que se destinan a los mercados exteriores.

Las 1.643 empresas que exportan en Extremadura apenas suponen el 2,5% del total del tejido empresarial, por lo que existe un considerable margen de mejora cuantitativo- en particular en el contexto de las empresas regulares (527)- y cualitativo, en las empresas que exportan más de 50.000 euros (392).

Las exportaciones extremeñas se concentran en un 90% en dos sectores económicos y en una docena de productos. Por ello, además de procurar la mejora de la propensión exportadora de empresas extremeños, hay que avanzar en la diversificación de las producciones a exportar como garante de la contención de riesgos y como parte esencial de la estrategia de desarrollo regional.

- **Consolidar y diversificar mercados y sectores estratégicos**

La alta concentración de las exportaciones extremeñas en el mercado europeo (82,5% del total) aconseja aumentar su diversificación geográfica para, sin perder cuota de mercado ni descuidar los mercados tradicionales, reducir dicha dependencia, al mismo tiempo que se amplía

la cuota en otros países extracomunitarios con alto potencial de crecimiento, en particular en aquellos emergentes y en desarrollo que pueden presentar mayores tasas de crecimiento en los próximos años.

Además de los sectores considerados prioritarios en el marco de la estrategia de especialización inteligente RIS3, en especial el sector agroalimentario, conviene dar un mayor protagonismo a otros sectores productivos en los que Extremadura puede ser competitiva como son las actividades de servicios, bienes de consumo y productos con contenido tecnológico. La escasa participación de estos productos en las exportaciones de las empresas extremeñas no favorece su capacidad de crecimiento.

La concentración sectorial de las exportaciones supone una limitación y es una de las circunstancias que recomiendan dar pasos más ambiciosos en la diversificación sectorial de las mismas, con el objetivo de aumentar el valor añadido de los productos exportados, su grado de innovación y, en conjunto, su contribución a la creación de riqueza y empleo de calidad.

En este sentido se pretende avanzar en una mayor segmentación del tejido empresarial extremeño para ofrecer una mejor adaptación de las actuaciones de fomento de la internacionalización que se incluyen en el Plan a las necesidades y distintos perfiles de las empresas extremeñas, con el objetivo de que aborden de forma regular los procesos de salida al exterior.

Por otra parte, la pujanza del sector de la *Economía Naranja*, o creativa, como elemento integral de desarrollo económico y social ofrece nuevas oportunidades de negocio por todo el mundo a las empresas culturales extremeñas que apuesten por abrirse al exterior.

Asimismo se considera oportuno potenciar la participación en la contratación pública internacional, como una vía específica de internacionalización y de aprovechamiento de oportunidades de negocio, así como de promoción de la colaboración empresarial.

- **Fomentar la cooperación institucional y empresarial**

Dada la diversidad de instituciones, tanto regionales como nacionales que trabajan en el ámbito de la internacionalización es conveniente fomentar la cooperación institucional con el objetivo de optimizar los recursos públicos y aprovechar las sinergias que derivan de una acción conjunta que, siempre, será beneficiosa para las empresas extremeñas.

En este contexto, la amplia experiencia acumulada tras más de veinte años de cooperación transfronteriza de Extremadura con las regiones portuguesas de Alentejo y Centro servirá de referencia para profundizar las relaciones institucionales en este ámbito territorial y para alentar nuevas formas de colaboración a nivel interregional y transnacional.

Por su parte, este nivel de colaboración institucional debe incluir a las entidades representativas de los más de 600.000 extremeños en el exterior, cuyo potencial como difusores de la Marca Extremadura y de los productos y servicios regionales no debe ser desaprovechado.

En otro ámbito, en los procesos de internacionalización la cooperación- entendida como un proceso de agrupamiento empresarial flexible y efectivo en torno a una estructura común para lograr más sinergias- permite superar los obstáculos inherentes al reducido tamaño de nuestras empresas, en particular, se trata de poder acceder a recursos que de manera individual sería muy difíciles de conseguir, compartir costes, evitar duplicidades, adquirir experiencia e incrementar las oportunidades.

La cooperación empresarial debe ser potenciada como herramienta imprescindible para abordar en mejores condiciones la salida a los mercados exteriores de las pymes y autónomos extremeños. Aunar esfuerzos, aportando complementariedad y generando economías de escala son los componentes necesarios para acceder en condiciones ventajosas a los mercados internacionales.

La internacionalización de una economía va generalmente asociada a un aumento del tamaño de las empresas y de las ventajas competitivas que del mismo se derivan, por lo que la cooperación empresarial para el comercio exterior se presenta como una oportunidad de redimensionar la empresa extremeña.

Por su parte se pretende, de la mano de AEXCID, alentar las Alianzas Público Privadas para el Desarrollo con base en el principio transversal de beneficios mutuos en las acciones de cooperación que permiten tanto contribuir a mejorar el bienestar de la población de los países socios y las capacidades de sus instituciones, como por su utilidad para las empresas extremeñas que aspiran a incrementar su presencia internacional en países emergente, armonizando la búsqueda de nuevas oportunidades de negocio con la contribución al desarrollo humano.

De forma complementaria, la transferencia de conocimiento y de experiencia que acumulan personas, entidades, organismos e instituciones extremeñas puede ser también canalizada por la vía de los proyectos de cooperación institucional que las distintas agencias nacionales y mundiales ponen a favor de países subdesarrollados o vías en desarrollo y que, generalmente, son encuadrados en el marco de la acción exterior del Estado. Este tipo de actividades permite conocer el interior de las administraciones de destino, sus programas y sus necesidades, así como identificar los puntos de contacto principales. Todo este conocimiento puede revertir en oportunidades de acceso y de negocio para la empresa extremeña.

• Orientar las políticas regionales de competitividad hacia la internacionalización

La internacionalización y la competitividad son conceptos intrínsecamente relacionados. Una empresa internacionalizada es, por definición, una empresa competitiva, ya que generalmente su presencia en mercados internacionales le aporta oportunidades de crecimiento, y conocimientos en materia de nuevos procesos productivos, nuevos modelos de gestión, nuevas tecnologías, etc.

Las posibilidades que ofrece el sector exterior pasan porque las empresas extremeñas ganen en competitividad en factores como la innovación, el diseño, el marketing, los recursos humanos, la calidad del producto, la comunicación, la organización empresarial, la logística, etc.

Asimismo, y en línea con la implantación de nuevos procesos derivados de la estrategia extremeña Industria 4.0, se favorecerá la internacionalización impulsando procesos internos de transformación digital de las industrias extremeñas con potencial y vocación hacia la exportación.

El fomento de la mejora de estos instrumentos de competitividad, debe enfocarse necesariamente hacia el salto al exterior de las pymes extremeñas, dado que el proceso de internacionalización va a exigirles más esfuerzos de adaptación a unas exigencias más duras y va a reforzar su capacidad competitiva, tanto en los mercados foráneos como en los locales.

Este objetivo tiene encaje en el impulso que se está dando en la región al desarrollo de una estrategia de economía verde y circular, de un modelo productivo alineado con las políticas y planteamientos sobre desarrollo sostenible, biodiversidad y economía circular de instituciones como la ONU o la Unión Europea.

La tendencia consolidada hacia servicios y producciones sostenibles, con beneficios medioambientales y con una generación mínima de residuos, supone en la actualidad un elemento de competitividad y una oportunidad de diferenciación y crecimiento para los servicios y productos extremeños en los mercados exteriores que los demandan de forma creciente, además de un elemento necesario para cumplir con una reglamentación cada vez más exigente.

- **Mejorar la cualificación en internacionalización**

La actividad exportadora en las empresas va unida a la existencia de un capital humano especializado y formado en la gestión internacional del negocio. La carencia de este personal y de esta cualificación, son obstáculos que impiden comenzar con posibilidades de éxito el proceso de internacionalización.

Por ello, por un lado, se debe facilitar a las empresas la disponibilidad y la captación de capital humano especializado en los diferentes ámbitos relacionados con la internacionalización. Y, por otro, es necesario mejorar las competencias de los profesionales en materia de internacionalización y perfeccionar la cualificación en los procesos de comercialización exterior e idiomas de todos los agentes (empresarios, profesionales, trabajadores, etc.) implicados en los procesos de salida al exterior, con el objetivo de ganar en competitividad y adoptar mejores estrategias.

La formación se ha demostrado como un motor impulsor de los cambios estratégicos en las empresas, en particular las pymes, y debe contribuir a facilitar la toma de decisiones en el proceso de internacionalización y a adaptarse a la evolución permanente del mercado global.

- **Fomentar la cultura de la internacionalización**

Se busca implantar la cultura exportadora en las empresas extremeñas, en todos sus procesos, incidiendo en la difusión de la importancia de sus beneficios y en las posibilidades que ofrece el acceder a nuevos mercados en el actual contexto de globalización. Asimismo se pretende reconocer a las empresas punteras en internacionalización y difundir las mejores prácticas que se detecten.

- **Incentivar la participación de empresas extremeñas en licitaciones internacionales**

Las empresas extremeñas tienen en la contratación pública internacional una oportunidad de ampliar sus horizontes comerciales y de contribuir al desarrollo social y económico de otros países. De ahí la necesidad de implementar mecanismos de información, apoyo y cooperación que las permitan participar más asiduamente en los proyectos abiertos a todas las empresas del mundo.

La creación de un entorno financiero favorable para la creación de empresas mixtas en los países objetivo, la disponibilidad de una línea ágil de avales para licitaciones internacionales puede inducir una dinámica positiva en la empresa extremeña, en aras a su internacionalización.

- **Atraer más inversión extranjera**

La captación y recepción de inversión extranjera directa (IED) puede desempeñar un papel mayor en el desarrollo de la economía extremeña, así como inducir una dinámica positiva de generación de actividad productiva y de servicios, con un impacto indudable sobre el empleo. La entrada de flujos de inversión extranjera induce efectos positivos sobre la competitividad del conjunto del tejido productivo y contribuye a un perfil más internacionalizado de la economía extremeña.

La IED contribuye especialmente a la transferencia de conocimiento y al incremento de las capacidades regionales, multiplicando los efectos directos perseguidos en la dirección de la inversión localizada y de la expansión de la empresa regional hacia el exterior.

Si bien todos estos impactos dependen en gran medida del tipo de inversión, el peso del sector agrario y agroindustrial, hace que la región se muestre como una interesante plataforma para realizar negocios internacionales en este ámbito. Extremadura ofrece también oportunidades de inversión a las empresas extranjeras en sectores y actividades de alto valor añadido, como las energías renovables, los activos y recursos medioambientales o la explotación del agua.

Extremadura tiene potencial suficiente para recibir nuevos proyectos de inversión desde el exterior en cualquier sector. Ante la escasa presencia de inversiones foráneas resulta ineludible impulsar de forma proactiva la región como destino, favoreciendo las condiciones para que aumente su atractivo y orientando las posibles inversiones hacia los sectores que permitan reforzar la estrategia de especialización inteligente de la región.

Por ello es fundamental potenciar la promoción de Extremadura en el exterior como destino de inversión, detectar y localizar proyectos de inversión, procurar una atención individualizada a dichos proyectos, y centrar los esfuerzos en sectores con potencial de crecimiento en nuestra Comunidad.

Los objetivos macro que se pretenden alcanzar se cuantifican en la siguiente tabla:

Indicador	2016	2020
Incremento de la apertura de la economía extremeña		
Peso en el PIB de la suma de exportaciones e importaciones	15,5%	20%
Aumento de la base exportadora		
Nº Empresas Exportadoras	1.643	1.800
Nº Empresas Exportadoras regulares	527	650
Diversificación Geográfica		
Exportaciones a la UE 28	80,4%	70%
Incremento inversión extranjera		
Inversión bruta extranjera anual con relación al PIB extremeño	0,35%	0,7%

LÍNEAS DE ACTUACIÓN, PRIORIDADES Y MEDIDAS

Para la consecución de los objetivos planteados, el Plan Estratégico de Internacionalización contempla 36 medidas, estructuradas en torno a las siguientes cinco líneas de actuación:



PRIORIDADES

La especialización productiva de Extremadura y la necesidad de procurar una mayor eficiencia en el aprovechamiento de los limitados recursos públicos en materia de fomento de la internacionalización recomiendan establecer una prelación en las actuaciones respecto de los mercados exteriores, tanto emergentes como maduros, en los que las empresas extremeñas tienen un amplio margen para consolidar su presencia.

Con base en el análisis de una serie de indicadores objetivos sobre el potencial de los mercados para las empresas extremeñas, y contando con la información que suministra la red de Delegaciones Comerciales de Extremadura en el exterior y los puntos de colaboración con el ICEX, se han seleccionado los siguientes países que serán objetivo preferente de las acciones contempladas en el presente Plan Estratégico:

Alemania	Francia
China	México
Cuba	Portugal
Costa Rica (Centroamérica)	Reino Unido

Se trata de una lista abierta–sujeta a variación si las circunstancias y el mercado así lo requieren– y no excluyente, ya que no impedirá realizar actuaciones de apoyo a la internacionalización en otros países distintos a los reseñados. De esta forma, en el marco de la Comisión Extremeña de Internacionalización y con carácter bienal se realizará una evaluación y seguimiento de esta lista de países objetivo y, en su caso, se procederá a revisarlos de acuerdo con el cambiante contexto comercial internacional.

Desde la perspectiva sectorial, el aún reducido grado de apertura de la economía extremeña aconseja no limitar el alcance sectorial de las exportaciones ni de las actuaciones de fomento globales. No obstante, involucrando al sector privado, se elaborarán estudios y análisis periódicos de tendencia de producciones endógenas con mayor potencial de salida al exterior, junto con prospecciones de mercados internacionales de interés.

MEDIDAS

LINEA 1 FOMENTO DE LA INTERNACIONALIZACIÓN ECONÓMICA Y EMPRESARIAL
Medida 1: Participaciones en ferias internacionales y ferias nacionales con carácter internacional
Medida 2: Organización de misiones comerciales directas
Medida 3: Organización de misiones comerciales inversas
Medida 4: Organización de visitas profesionales
Medida 5: Refuerzo de la red exterior de Delegaciones Comerciales
Medida 6: Programa de Licitación Pública Internacional
Medida 7: Jornadas de Oportunidades en mercados exteriores
Medida 8: Programa de ayudas para la internacionalización de las empresas extremeñas
Medida 9: Promoción internacional de productos y sectores
Medida 10: Programa de ayudas a la promoción internacional de franquicias
Medida 11: Acciones de Promoción de las marcas (Alimentos de Extremadura, Organics, Piedra de Extremadura, Artesanía de Extremadura)
Medida 12: Aumento de las conexiones con el talento exterior en beneficio de empresas con vocación internacional
Medida 13: Foro Internacional Extremadura Exporta
Medida 14: Programa de internacionalización de la economía social
Medida 15: Potenciación de nuevas fórmulas de comercialización y uso de las TIC's
Medida 16: Estudio, difusión y reconocimiento de casos de buenas prácticas empresariales y de éxito en los procesos de internacionalización
Medida 17: Programa de estudios de mercados exteriores

LINEA 2 POTENCIACIÓN DE LOS SERVICIOS PERSONALIZADOS DE INFORMACIÓN, ASESORAMIENTO Y APOYO INDIVIDUALIZADO EN TODAS LAS FASES DEL PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN
Medida 18: Identificación de las empresas con capacidad de exportación
Medida 19: Apoyo al inicio de la exportación de empresas: Plan Preparación a la Exportación y Plan de Internacionalización de la Empresa Extremeña (PIMEX)
Medida 20: Apoyo a la consolidación de las exportaciones de las empresas y a la diversificación de los sectores exportadores: Plan de Consolidación en Mercados Exteriores y Programa CONQUISTA de accesos a nuevos mercados industriales internacionales
Medida 21: Programa Empresa Industrial Internacional Competitiva
Medida 22: Realización de Agendas personalizadas
Medida 23: Jornadas de Sensibilización, Información y Asesoramiento sobre internacionalización

LINEA 3 PROMOCIÓN DE LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL E INSTITUCIONAL
Medida 24: Fomento de la colaboración institucional con entidades e instituciones con competencias en internacionalización
Medida 25: Programa de Consorcios de Exportación
Medida 26: Programa de ayudas para el sostenimiento de los gastos de la estructura de gestión común de las sociedades de comercialización
Medida 27: Programa de comercialización dirigido a la población extremeña en el exterior
Medida 28: Participación de la diáspora en la promoción internacional de Extremadura
Medida 29: Refuerzo de la presencia institucional en las Comunidades de Extremeños en el exterior

LINEA 4 DESARROLLO DEL CAPITAL HUMANO PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN
Medida 30: Incorporación de profesionales de internacionalización
Medida 31: Plan de formación en Internacionalización para empleados
Medida 32: Programa de formación de nuevos profesionales en comercio exterior

LINEA 5 ATRACCIÓN DE INVERSIONES EXTRANJERAS HACIA EXTREMADURA
Medida 33: Programa de promoción de Extremadura como destino de inversiones
Medida 34: Captación de inversores extranjeros potenciales y generación de oportunidades de negocio
Medida 35: Programa de apoyo, acompañamiento y seguimiento personalizado a las empresas inversoras extranjeras con el fin de acelerar la ejecución de proyectos de inversión
Medida 36: Proyecto EUROACE ATTRACTION

FICHAS DESCRIPTIVAS

LÍNEA 1

**Medida 1 : Participaciones en Ferias Internacionales
y Ferias Nacionales con carácter internacional**
Organismo responsable:

Extremadura Avante, S.A.P.

Objetivos:

- Promocionar los productos y servicios de las empresas y autónomos extremeños, a través de la participación agrupada en ferias en calidad de co-expositor.
- Fortalecer la difusión de la imagen de Extremadura, sus recursos y potencialidades, a nivel nacional e internacional.

Actuaciones:

- Contratación, coordinación y supervisión del espacio de exposición conjunto (diseño, montaje, mobiliario, etc..) y realización de todas las actividades necesarias para una adecuada presencia institucional y empresarial de Extremadura (reparto, identificación y decoración de los stands, interacción con las empresas expositoras, las organizaciones feriales y otros terceros proveedores).
- Asesoramiento técnico continuado y acompañamiento durante el desarrollo de la feria, recepción e información a los visitantes, así como supervisión del cumplimiento de los servicios contratados y control de la correcta participación por parte de las empresas.
- Representación de Extremadura en ámbito institucional, en caso de resultar necesario.

Medida 2 : Organización de misiones comerciales directas

Organismo responsable:

Extremadura Avante, S.A.P.

Objetivo:

- Establecer o consolidar relaciones comerciales, así como detectar nuevas oportunidades de negocio para los productos y servicios de la región en los mercados internacionales, a través de la organización de encuentros comerciales entre empresas y autónomos extremeños y compradores en los países de destino.

Actuaciones:

- Contratación, coordinación y supervisión de todos los servicios necesarios para la realización de agendas de reuniones personalizadas, acorde a los objetivos comerciales de cada empresa extremeña, así como desplazamientos y estancia en los países de destino.
- Asesoramiento técnico continuado y acompañamiento en destino, para conseguir el óptimo desarrollo de la acción y el cumplimiento de los servicios contratados y objetivos comerciales fijados.
- Representación de Extremadura en ámbito institucional, en caso de resultar necesario.

Medida 3: Organización de misiones comerciales inversas

Organismo responsable:

Extremadura Avante, S.A.P.

Objetivos:

- Promoción de sectores económicos específicos de la economía regional, a través de encuentros realizados en Extremadura entre empresas y autónomos extremeños y compradores.
- Promoción de la imagen de Extremadura y sus atractivos turísticos, medioambientales, gastronómicos, además de su atractivo de cara a posibles inversiones extranjera.

Actuaciones:

- Contratación, coordinación y supervisión de todos los servicios necesarios para la realización de encuentros de compradores extranjeros con empresas y autónomos en la región, incluyendo su captación, selección y organización de su desplazamiento y estancia en Extremadura.
- Asesoramiento técnico y acompañamiento continuado a los participantes extremeños y extranjeros, para conseguir el óptimo desarrollo de la acción y el cumplimiento de los servicios contratados y objetivos comerciales fijados.

Medida 4: Organización de visitas profesionales

Organismo responsable:

Extremadura Avante, S.A.P.

Objetivos:

- Impulsar la promoción, la introducción y la diversificación de mercados de exportación de las empresas de sectores económicos específicos, a través de la organización de visitas a eventos (ferias, simposios, concursos, certámenes o encuentros empresariales) de carácter internacional.
- Favorecer el conocimiento de las tendencias internacionales de un sector determinado, así como prospección de mercados, estudios de los competidores, etc.

Actuaciones:

- Contratación, coordinación y supervisión de todos los servicios necesarios para el cumplimiento de los objetivos comerciales establecidos en cada acción, consistentes en desplazamientos de las empresas extremeñas a los lugares de realización de los eventos.
- Asesoramiento técnico continuado y/o acompañamiento en destino, para conseguir el cumplimiento de los servicios contratados y objetivos comerciales establecidos.
- Representación de Extremadura en ámbito institucional, en caso de resultar necesario.

Medida 5: Refuerzo de la red exterior de delegaciones comerciales

Organismo responsable:

Extremadura Avante, S.A.P.

Objetivos:

- Consolidar y reforzar la red de delegaciones comerciales extremeñas en el exterior en los mercados considerados como prioritarios.
- Potenciar la internacionalización de los productos y servicios de Extremadura en los mercados considerados como prioritarios, incidiendo en la colaboración con el ICEX.
- Proporcionar una solución ágil, rápida, eficaz y continuada a los usuarios extremeños en los mercados de la red exterior de Delegaciones Comerciales, mediante la contratación de una consultoría especializada en los países de destino, ofreciendo información sobre sus mercados, detección de oportunidades comerciales, eliminación de trabas y barreras a la exportación.

Actuaciones:

- Difusión de los servicios disponibles para el tejido empresarial extremeño.
- Coordinación, contacto continuado y supervisión del servicio de consultoría especializada en cada uno de los mercados incluidos como red exterior de delegaciones comerciales.
- Intermediación y asesoramiento técnico continuado a las empresas, autónomos e instituciones extremeñas en relación con los servicios disponibles, con el objetivo de prestar el apoyo solicitado más adecuado.

Medida 6: Programa de licitación pública internacional

Organismo responsable:

Extremadura Avante, S.A.P.

Objetivos:

- Potenciar la internacionalización de las empresas extremeñas a través de la participación en proyectos de licitación pública internacional, publicados por organismos públicos multilaterales, o en proyectos europeos.
- Mejorar el acceso a licitaciones públicas internacionales y/o proyectos europeos y estableciendo, en ambos casos, contacto con posibles socios y, por tanto, creando alianzas empresariales.
- Ayudar a las empresas extremeñas a elevar su tasa de éxito en la adjudicación de contratos públicos y/o proyectos europeos.

Actuaciones:

- Apoyo técnico: Asesoramiento, seguimiento personalizado y resolución de consultas relacionadas con la participación en proyectos de licitación pública internacional y/o proyectos europeos.
- Apoyo formativo: Orientado a la preparación de ofertas a licitaciones públicas internacionales y a la participación en proyectos europeos de interés.

Medida 7: Jornadas de oportunidades en mercados exteriores

Organismo responsable:

Extremadura Avante, S.A.P.

Objetivos:

- Proporcionar herramientas a las empresas extremeñas para detectar oportunidades comerciales específicas para cada sector en mercados internacionales.
- Analizar el potencial de internacionalización de empresas en función de sus sectores productivos, ofreciéndoles formación e información suficiente que les ayuden a establecer las pautas para abordar sus mercados objetivos.

Actuaciones:

- Convocatoria de la acción, resolución de consultas, gestión de participantes, gestión de colaboradores que participen en la acción, creación y envío de documentación relativa a la acción para participantes y colaboradores. Gestión de posibles visitas a instalaciones de empresas extremeñas.
- Organización in situ de la jornada y desarrollo de la misma, asesoramiento técnico a los participantes extremeños sobre cuestiones en comercio exterior y herramientas disponibles de Extremadura Avante, S.A.P.
- Comprobación del cumplimiento de todos los servicios contratados.

Medida 8: Programa de ayudas para la internacionalización de la empresa extremeña

Organismo responsable:

S.G. Economía y Comercio

Objetivos:

- Contribuir a la competitividad de empresas y autónomos extremeños mediante el establecimiento de mecanismos cualificados de ayudas adaptados a las singularidades y capacidades de cada empresa.
- Facilitar el acceso y la consolidación de las empresas en los mercados exteriores.

Actuaciones:

- Línea de ayudas para financiar proyectos de internacionalización, planes de acción exterior o acciones destinadas a acceder a mercados exteriores, licitaciones internacionales, misiones prospectivas y comerciales, participación en ferias y certámenes comerciales y acciones de promoción y publicitarias en el exterior.

Medida 9: Promoción internacional de productos y sectores

Organismo responsable:

Extremadura Avante, S.A.P.

Objetivos:

- Dar a conocer las empresas y productos extremeños en los mercados exteriores y entrar en contacto con potenciales clientes extranjeros.
- Facilitar la adaptación de las empresas extremeñas exportadoras a los mercados objetivos a través de un mejor conocimiento de los canales de distribución en los mercados de destino.
- Contribuir a la diversificación geográfica y sectorial de las exportaciones.

Actuaciones:

- Acciones singulares de promoción de carácter institucional y multisectorial a través de programas de actividades que abarcan eventos de acciones online y prensa en varios mercados objetivos.

Medida 10: Ayudas para la promoción internacional de franquicias

Organismo responsable:

S.G. Economía y Comercio

Objetivo:

- Consolidación y expansión del sector regional de franquicias.

Actuaciones:

- Desarrollo de un sistema de ayudas de promoción para las franquicias extremeñas para su expansión internacional a través de acciones de publicidad de lanzamiento, presencia en ferias sectoriales con carácter internacional, misiones comerciales, etc.

Medida 11: Acciones de promoción de las marcas (Alimentos de Extremadura, Organics, Piedra de Extremadura, Artesanía de Extremadura)

Organismo responsable:

Extremadura Avante, S.A.P.

Objetivos:

- Dotar a las empresas asociadas a la marca que corresponda de un valor añadido que facilite la venta de sus productos en el exterior.
- Incrementar el conocimiento y reconocimiento de las marcas promocionales entre los consumidores internacionales.
- Promocionar el consumo de productos en el mercado objetivo a través de campañas de comunicación realizadas in situ.
- Aumentar la presencia en el mercado de los productos extremeños de un sector concreto.
- Fortalecer la difusión de la imagen de Extremadura, mediante la difusión de productos específicos en ámbito internacional.

Actuaciones:

- Contratación, coordinación y supervisión de los servicios necesarios para llevar a cabo las campañas de promoción (Promociones punto de venta, Actividades de comunicación y RRPP, Actividades de comunicación online, Publicidad tradicional en prensa, material promocional u otras) de un sector específico en un mercado determinado.
- Seguimiento continuo y cercano de todas las actividades a realizar, mismas y correcta ejecución de los servicios contratados.

Medida 12: Aumento de las conexiones con el talento exterior en beneficio de empresas con vocación internacional

Organismo responsable:

D. G. Acción Exterior

Objetivo:

- Aprovechar el conocimiento acumulado por la ciudadanía extremeña en el exterior sobre las peculiaridades de los mercados de los lugares donde se asientan, de su experiencia en diferentes ámbitos de negocio internacionales y de sus contactos para mejorar la competitividad de las empresas regionales y fomentar su vocación.

Actuaciones:

- Actividades formativas de distinto tipo (mentoría, becas, conferencias, jornadas, creación de redes, etc.) con un propósito común: permitir la difusión de los conocimientos y experiencias adquiridos a lo largo de su trayectoria empresarial o profesional por los miembros de la diáspora más comprometidos con el progreso de Extremadura.

Medida 13: Foro Internacional Extremadura Exporta

Organismo responsable:

Extremadura Avante, S.A.P.

Objetivos:

- Impulsar un punto de encuentro para todas las empresas, autónomos, entidades, organismos, instituciones, que tienen un papel relevante en la internacionalización de la economía extremeña.
- Crear sinergias de colaboración entre todos los agentes que intervienen en el proceso de internacionalización: empresas, profesionales, desempleados cualificados, consultoras, logística, financiación, traductores, instituciones públicas.
- Impulsar alianzas empresariales para el desarrollo internacional.

Actuaciones:

- Celebración de un encuentro de carácter internacional para compartir experiencias o información sobre el comercio exterior, con el objeto de consolidar la capacidad de las empresas extremeñas para rentabilizar las oportunidades que ofrecen los mercados internacionales para seguir siendo competitivas.

Medida 14: Programa específico de internacionalización para empresas de la economía social

Organismo responsable:

S.G. Economía y Comercio /D.G. Economía Social

Objetivos:

- Prestar asesoramiento y apoyo a las entidades de la economía social para que puedan salir al exterior en busca de nuevas oportunidades de negocio y de expansión.
- Cualificar el capital humano de las entidades de la economía social en materia de internacionalización para mejorar su competitividad.

Actuaciones:

- Celebración de acciones formativas para dotar a los socios de empresas de la economía social de las habilidades necesarias para que puedan abrirse a nuevos mercados en el ámbito internacional, mediante el análisis de los mercados exteriores, así como a través de métodos de búsqueda de contactos y canales de distribución en cada país.
- Definición personalizada para empresas de economía social de planes de acción internacional con el apoyo de profesionales y oferta de misiones comerciales directas.
- Acciones de asesoramiento e información destinadas al sector de la economía social para la detección de necesidades de internacionalización.

Medida 15: Potenciación de nuevas fórmulas de comercialización y uso de las TIC's

Organismo responsable:

S.G. Ciencia, Tecnología e Innovación

Objetivos:

- Fomentar el uso de herramientas de comercialización on line
- Contribuir a un mejor posicionamiento para la venta de productos en el exterior
- Incentivar que las pymes extremeñas pongan en marcha procesos innovadores en su organización que fortalezcan sus posibilidades de vender en internet

Actuaciones:

- Puesta en marcha de un sistema de ayudas para la mejora de los sistemas de gestión, especialmente los destinados a transacciones de comercio electrónico y utilización de la TIC's posibilitando nuevos modelos de negocio con gran influencia de los avances en las TIC's.

Medida 16: Estudio, difusión y reconocimiento de casos de buenas prácticas y de éxito en los procesos de internacionalización

Organismo responsable:

S.G. Economía y Comercio/Extremadura AVANTE

Objetivos:

- Identificación de empresas extremeñas tractoras en materia de internacionalización.
- Aprovechar la capacidad y experiencia de empresas extremeñas consolidadas en el exterior.
- Difundir casos de éxito de empresas extremeñas para incentivar a otras empresas a seguir el modelo.
- Mostrar a la sociedad extremeña ejemplos de empresas que han tenido éxito en su aventura comercial en el exterior.
- Extender la cultura de la internacionalización comercial y fomentar el emprendimiento de la actividad exterior.

Actuaciones:

- Elaboración de estudios donde se analicen casos empresariales de internacionalización.
- Desarrollo de jornadas para dar a conocer de primera mano la experiencia positiva de internacionalización de empresas extremeñas.
- Celebración anual de un evento de entrega de premios a empresas exportadoras en diferentes categorías para difundir ejemplos de buenas prácticas y reconocer la labor realizada en la apertura de mercados exteriores

Medida 17 : Impulso del análisis estadístico de mercados exteriores

Organismo responsable:

S.G. Economía y Comercio

Objetivos:

- Ampliar el conocimiento de los flujos comerciales de Extremadura en su vertiente sectorial y geográfica.
- Mejorar la información disponible sobre la base exportadora, sus fortalezas y debilidades, para centrar mejor las actuaciones.
- Difundir las potencialidades exportadoras de la economía extremeña.

Actuaciones:

- Profundización en la elaboración de proyectos de investigación y estudios específicos sobre la apertura al exterior de la economía extremeña, sectores de la oferta exportable con mayor potencial u prospección de mercados. Se incidirá en la complementariedad con los análisis e informes estadísticos realizados por otras instituciones y agentes implicados en la internacionalización.
- Publicación y difusión de los informes elaborados de los datos actualizados de comercio exterior, entre empresas e instituciones.
- Análisis de los nuevos mercados emergentes evaluando las potencialidades que se ofrecen en materia de comercio exterior e inversión.

LÍNEA 2

Medida 18: Identificación y captación de empresas con capacidad de internacionalización

Organismo responsable:

Extremadura AVANTE S.A.P.

Objetivos:

- Aumentar el número de empresas y autónomos extremeños que conocen y utilizan las herramientas de apoyo a la internacionalización.
- Obtener un retrato de situación de las empresas extremeñas en cuanto a su potencial de internacionalización.

Actuaciones:

- Identificación de empresas extremeñas por el territorio a través del análisis de listados empresariales.
- Captación de empresas con potencial exportador a través de toma de contacto con la empresa, mediante jornadas, reuniones grupales o individuales, llamadas telefónicas, entre otros medios.
- Realización de visitas–diagnóstico individuales a empresas extremeñas para evaluar su capacidad de internacionalización.
- Feed-back y seguimiento a las empresas visitadas para conseguir su fidelización e involucración en la actividad exportadora y de internacionalización.
- Estudio de situación del tejido empresarial.

Medida 19: Apoyo al inicio de la exportación

Plan de preparación a la exportación y Plan PIMEX de Internacionalización de la empresa extremeña

Organismo responsable:

Extremadura AVANTE S.A.P.

Objetivos:

- Iniciar a empresas extremeñas en la exportación con el fin último de mejorar su competitividad e incrementar sus ventas internacionales.
- Profesionalizar las empresas extremeñas en materia de comercio exterior, así como sentar las bases de sus departamentos de exportación.

Actuaciones:

- Asesoramiento, apoyo técnico y seguimiento personalizado a las empresas participantes para definir la hoja de ruta internacional con la definición de objetivos realistas y alcanzables, así como las actuaciones a llevar a cabo para iniciar e incrementar las exportaciones.
- Apoyo económico individualizado para la realización de actuaciones de la hoja de ruta internacional en los mercados de destino analizados previamente que redunden positivamente en el proceso de internacionalización de la empresa participante.
- Capacitación de las empresas y sus técnicos en materia de comercio exterior.

Medida 20: Apoyo a la consolidación de las exportaciones de las empresas extremeñas y a la diversificación de los sectores exportadores

Plan de consolidación en mercados internacionales y Plan Conquista de accesos a nuevos mercados industriales internacionales

Organismo responsable:

Extremadura AVANTE S.A.P.

Objetivos:

- Incrementar las exportaciones, el número de países de destino de las empresas extremeñas que participen en el Plan, así como fomentar la diversificación de sectores exportados, incidiendo en el sector industrial.
- Acompañar a las empresas extremeñas en su proceso de consolidación de las exportaciones para adquirir los conocimientos y herramientas necesarias para consolidar sus ventas exteriores, favorecer el acceso a nuevos mercados internacionales, optimizando tiempos y recursos.
- Fomentar la contratación de técnicos de exportación por parte de las empresas que participen en el Plan de Consolidación.

Actuaciones:

- Asesoramiento, apoyo técnico y seguimiento personalizado a las empresas participantes para la definición de Estrategias de Marketing en destino, fomento de nuevos modelos de venta para fidelizar clientes, así como elaboración de cuadros de control para medición de resultados en entornos internacionales, para consolidar su presencia internacional.
- Apoyo económico individualizado para la realización de actuaciones definidas en cada proyecto de internacionalización y que redunden positivamente en la consolidación de las ventas internacionales de la empresa participante.
- Capacitación de las empresas y sus técnicos en materia de planificación estratégica internacional

Medida 21: Programa Empresa Industrial Internacional Competitiva COMPITE

Organismo responsable:

Extremadura AVANTE S.A.P.

Objetivos:

- Mejorar la adaptación de las empresas industriales extremeñas a las exigencias de los mercados exteriores.
- Reforzar la capacidad competitiva de las empresas industriales enfocada a los mercados internacionales.

Actuaciones:

- Acompañamiento técnico para el diseño, puesta en marcha y ejecución de mejoras en la cadena de valor de la empresa.
- Apoyo económico mediante concesión de subvención para llevar a cabo la contratación de servicios de consultoría especializada para la identificación de necesidades operativas en temas de calidad y gestión sobre productos o procesos, así como gastos externos para la realización de estudios de mercado, vigilancia estratégica y otros que redunden en un mayor potencial de internacionalización de las empresas industriales extremeñas y les ayuden en su toma de decisiones.

Medida 22: Realización de agendas personalizadas

Organismo responsable:

Extremadura AVANTE S.A.P.

Objetivo:

- Apoyar en el posicionamiento de productos o servicios extremeños en mercados exteriores, a través de una agenda de reuniones individualizada en destino que propicie el contacto directo con importadores, distribuidores o partners adecuados.

Actuaciones:

- Contratación, coordinación y supervisión del servicio de consultoría especializada en el mercado de destino, con el objetivo de organizar una agenda de reuniones lo más acorde posible a los objetivos comerciales de los participantes extremeños.
- Asesoramiento técnico a las empresas y contacto continuado con el resto de agentes/proveedores implicados, así como envío de información y documentación de interés, procurando crear las condiciones para que la acción sea exitosa.

Medida 23: Jornadas de sensibilización, información y asesoramiento sobre internacionalización

Organismo responsable:

Extremadura AVANTE S.A.P.

Objetivos:

- Acercar a las empresas extremeñas, al mundo de la exportación, informándoles de las posibilidades y apoyos que tienen a su disposición, resolviendo sus dudas en materia de comercio exterior y poniendo a su alcance una serie de herramientas que les faciliten el acceso a los mercados.
- Dinamizar las empresas y los sectores para su incorporación a la exportación.

Actuaciones:

- Jornadas de sensibilización a la exportación a realizar en el territorio, con empresas extremeñas de cualquier sector de actividad.
- Programa i-Export: Asesoramiento, resolución de consultas y seguimiento personalizado a empresas por parte de personal técnico cualificado.
- Programas de apoyo a la exportación.

LÍNEA 3

Medida 24: Fomento de la colaboración institucional con entidades y organismos con competencias en internacionalización**Organismo responsable:**

S.G. Economía y Comercio.

Objetivos:

- Generar sinergias para una adecuada articulación de actuaciones conjuntas de fomento de la internacionalización de la economía extremeña con el fin de progresar en la racionalidad y la eficiencia en la utilización de los recursos.
- Explotar al máximo los instrumentos al servicio de la internacionalización.
- Mejorar la coordinación y complementariedad con las medidas desarrolladas por otras AA.PP y por el sector privado.

Actuaciones:

- Impulso a la mesa técnica de colaboración para la internacionalización de la economía extremeña (Junta de Extremadura, Cámaras de Comercio de Cáceres y Badajoz, ICEX).
- Creación de la página web www.extremaduraexporta.com como instrumento centralizado de difusión de todas las actuaciones en materia de fomento de la internacionalización de las empresas extremeñas.

Medida 25: Programa de consorcios de exportación

Organismo responsable:

Extremadura AVANTE S.A.P.

Objetivos:

- Potenciar la internacionalización de las empresas extremeñas a través de la cooperación empresarial, para potenciar su competitividad en el exterior, bajo la figura de un consorcio de exportación.
- Mejorar de manera significativa las posibilidades de exportación de las empresas extremeñas, además de reducir costos y disminuir los riesgos que implican.
- Intensificar y optimizar la participación de las empresas extremeñas en eventos internacionales que les ayuden a localizar potenciales clientes.

Actuaciones:

- Apoyo técnico: Asesoramiento, seguimiento personalizado y resolución de consultas.
- Apoyo formativo: Orientado a la búsqueda de socios y a la creación y consolidación de consorcios de exportación.
- Apoyo económico: Destinado a actuaciones vinculadas directamente a su labor comercial, promocional o de acceso a mercados internacionales.

Medida 26: Programa de ayudas para gastos de estructura de gestión común de sociedades de comercialización

Organismo responsable:

S.G. Economía y Comercio

Objetivo:

- Contribuir al sostenimiento de la estructura técnico-comercial de las sociedades de comercialización, conceptuadas como agrupaciones de empresas dotadas de personalidad jurídica propia y constituidas con el objetivo de realizar la comercialización en común de los productos y servicios de sus miembros en los mercados exteriores.

Actuaciones:

- Desarrollo de una línea de ayudas destinada a la financiación de los gastos estructurales (arrendamientos, suministros, comunicación, asesorías, gastos salariales del personal técnico-comercial) de las sociedades de comercialización para el desarrollo de proyectos de internacionalización y planes anuales de acción exterior o acciones puntuales en ámbitos como acceso a los mercados exteriores, misiones comerciales y prospectivas, participación en ferias, publicidad y acciones de promoción en el exterior o licitaciones internacionales.

Medida 27: Programa de comercialización dirigido a la población extremeña en el exterior

Organismo responsable:

S.G. Economía y Comercio

Objetivos:

- Reforzar los vínculos con Extremadura de los extremeños que residen en el exterior.
- Incrementar el consumo y la utilización de productos y servicios prestados y elaborados por empresas de la región por los extremeños que viven en el exterior y por las organizaciones en las que trabajan o con las que se relacionan.

Actuaciones:

- Campañas de promoción genéricas de Extremadura y de productos y servicios extremeños en los lugares donde están asentadas las Comunidades de Extremeños en el exterior.
- Actuaciones de difusión específicas dirigidas a colectivos concretos de la población extremeña en el exterior o a sectores económicos determinados.

Medida 28: Participación de la diáspora en la promoción internacional de Extremadura

Organismos responsables:

S.G. Economía y Comercio/ D.G. Acción Exterior

Objetivos:

- Aprovechar las conexiones de los extremeños en el exterior para difundir una imagen positiva de Extremadura de la que puedan beneficiarse las empresas regionales que comercializan sus productos y servicios en el exterior.

Actuaciones:

- Campañas de promoción genéricas de marcas, de productos y de servicios extremeños en los lugares donde están asentadas las Comunidades de Extremeños en el exterior.
- Difusión de información y material promocional entre las Comunidades y entre otras organizaciones informales de extremeños en el exterior (redes) comprometidas con la promoción internacional de Extremadura en general y, en particular, de los productos y servicios proporcionados por empresas extremeños con perspectivas de ampliar su penetración en los mercados de sus lugares de residencia.

Medida 29: Refuerzo de la presencia institucional en las comunidades de extremeños en el exterior

Organismo responsable:

S.G. Economía y Comercio

Objetivos:

- Hacer patente el apoyo de la Junta de Extremadura a la labor de las Comunidades de Extremeños en el Exterior mediante una presencia más asidua de sus representantes en actos organizados por/junto a ellas en los territorios en que se asientan.
- Garantizar a las Comunidades de Extremeños en el Exterior la información de los programas de promoción y difusión que se adecuen a sus objetivos y sean organizados por las instituciones extremeñas en el ámbito territorial donde estén ubicadas.
- Fomentar la participación de las comunidades y sus miembros.

Actuaciones:

- Campañas de promoción de marcas, de productos y de servicios extremeños en los lugares donde están asentadas las Comunidades de Extremeños
- Presentación de alguno de los programas o medidas implementadas al amparo del Plan Estratégico de Internacionalización de la economía extremeña.
- Incremento de los cauces de comunicación entre las Comunidades de Extremeños en el Exterior y los departamentos de la Junta de Extremadura con una vocación exterior relevante.

LÍNEA 4**Medida 30: Incorporación de profesionales de internacionalización a las empresas****Organismos responsables:**

S.G. Economía y Comercio

Objetivo:

- Fortalecer y consolidar las capacidades exportadoras de las empresas extremeñas apoyando el área comercial que es una donde las necesidades de personal cualificado son más acuciantes para la mejora de la competitividad.

Actuaciones:

- Línea de ayudas para la contratación de técnicos en comercio exterior para la creación por parte de las empresas extremeñas de departamentos de comercio exterior con el fin de desarrollar planes de internacionalización.

Medida 31: Plan de formación en internacionalización para empleados

Organismo responsable:

Extremadura AVANTE S.A.P.

Objetivos:

- Capacitar y profesionalizar las empresas extremeñas y su personal técnico en materia de comercio exterior: Las empresas que cuentan con personal formado en la gestión del negocio internacional gozan de una mayor propensión exportadora. Además, contar con la formación adecuada minimiza los errores e incrementa las posibilidades de éxito, pues permite a las empresas planificar, adoptar mejores decisiones y establecer las estrategias más adecuadas.
- Incrementar las exportaciones extremeñas, mediante la generación de sinergias entre empresas exportadoras extremeñas y la incorporación de cooperativas extremeñas al comercio exterior.

Actuaciones:

- Seminarios Formativos sobre internacionalización
- Curso superior de Comercio Exterior
- Programa de Formación en Estrategia Internacional.
- Programa Comparte.
- Potenciación de la oferta formativa de cursos de idiomas específicos para la internacionalización en planes intersectoriales generales

Medida 32: Formación para profesionales desempleados en comercio exterior

Formacoex Extremadura y Formacoex Exterior

Organismo responsable:

Extremadura AVANTE S.A.P.

Objetivos:

- Capacitar a futuros profesionales de la exportación, dotándoles de las habilidades, cualificaciones y visión práctica necesarias para el desempeño de futuro trabajo en empresas extremeñas.
- Fomentar la incorporación al mercado laboral de jóvenes extremeños, favoreciendo su acceso al mercado laboral, entre este segmento de la población.

Actuaciones:

- Desarrollo de formación teórica en operativa de comercio exterior que dote de una visión global a los alumnos sobre las peculiaridades de la internacionalización.
- Formación práctica en empresas extremeñas para la adquisición de habilidades relacionadas con las funciones propias de un técnico de comercio exterior.
- Desarrollo de periodo de prácticas en instituciones o empresas vinculadas a Extremadura en el exterior.
- Actividades formativas complementarias tales como visita a empresas exportadoras, participación en ferias y misiones comerciales, desde un punto de vista formativo, para la adquisición de una visión real de la actividad exportadora desde el terreno.

LÍNEA 5

Medida 33: Programa de promoción de Extremadura como destino de inversiones

Organismo responsable:

S.G. Economía y Comercio /Invest in Extremadura.

Objetivos:

- Potenciar la promoción internacional de Extremadura como destino de inversiones.
- Articular la oferta de nuestra Comunidad para acoger inversiones extranjeras.

Actuaciones:

- Participación en ferias comerciales de sectores prioritarios.
- Realización de presentaciones a potenciales inversores.
- Identificación de inversores internacionales poniendo en contacto proyectos empresariales con necesidades de capital y potenciales inversores.
- Avance en actuaciones de mejora del entorno empresarial y administrativo para la realización de negocios y la actividad empresarial profundizando en aspectos como la simplificación, la reducción de tiempos y plazos o la unificación de ventanillas empresariales.

Medida 34: Programa de captación de inversores extranjeros potenciales para generar oportunidades de negocio

Organismos responsables:

S.G. Economía y Comercio /Invest in Extremadura/
Extremadura AVANTE S.A,P

Objetivos:

- Impulsar de forma proactiva la región como destino de inversión, favoreciendo las condiciones para que aumente su atractivo y orientando las posibles inversiones hacia los sectores que permitan reforzar la estrategia de especialización inteligente de la región.
- Incrementar la actividad industrial y de servicios gracias a la captación de inversión productiva y/o financiera del exterior.
- Generar oportunidades de negocio.

Actuaciones:

- Region to Region Promotion (RSRP): establecimiento de relaciones biunívocas estables y continuas entre instituciones y empresas de Extremadura y otras regiones del mundo que tienen similitudes y presentan complementariedades en determinados sectores y subsectores.
- Multiplicadores: contactos con personas que, por su actividad profesional y/o su especialización en temas de inversión, pueden difundir y acerca la oferta Extremadura a los inversores potenciales.
- Acciones específicas derivadas de servicios de vigilancia económica para generar *leads* a medio y largo plazo.

Medida 35: Programa de apoyo, acompañamiento y seguimiento personalizado a las empresas inversoras extranjeras con el fin de acelerar la ejecución de proyectos de inversión

Organismo responsable:

S.G. Economía y Comercio /Invest in Extremadura.

Objetivos:

- Incrementar el grado de internacionalización de la economía extremeña gracias a la obtención de capacidades locales más avanzadas, el fortalecimiento empresarial y el partenariado.
- Proporcionar un entorno favorable para la localización de las inversiones gracias al acompañamiento cualificado y la existencia de un clima de negocio apropiado.
- Acelerar la creación de puestos de trabajo inducidos tanto por la inversión foránea como la localizada.

Actuaciones:

- Servicio de interlocución única ante la Administración autonómica.
- Elaboración de planes de implantación individualizados.
- Apoyo para la reinversión y la expansión de las empresas.

Medida 36: Proyecto EUROACE Atraction

Organismo responsable:

S.G. Economía y Comercio / Invest in Extremadura.

Objetivo:

- Desarrollar un marco cooperativo en la EUROACE en la captación de proyectos de inversión.

Actuaciones:

- Definición de una estrategia de atracción de inversiones conjunta para la eurorregion.
- Desarrollo de una estrategia de promoción y comunicación realizada por las consultoras de los países diana.
- Colaboración competitiva a partir de la identificación de proyectos de inversión.

SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

Para las labores de evaluación y seguimiento se crea una **Comisión Extremeña de Internacionalización** como órgano consultivo orientado a apoyar el posicionamiento internacional de Extremadura y como herramienta evaluadora de las actuaciones que comprende este Plan Estratégico.

En la Comisión estarán representados:

1. Junta de Extremadura
3. Organización empresarial más representativa (CREEX)
4. Organizaciones sindicales más representativas (UGT y CCOO)

Su principal función será conocer el desarrollo del Plan a través de reuniones periódicas con los agentes implicados.

El Plan tiene carácter dinámico y adaptativo atendiendo al entorno nacional e internacional en constante cambio, con factores que escapan a su propio ámbito de actuación y que, necesariamente, habrán de tenerse en cuenta a la hora de realizar una evaluación rigurosa de los efectos que el Plan tenga sobre el proceso de internacionalización de la economía extremeña.

El seguimiento del Plan se estructura a través de un sistema de evaluación que permitirá calibrar los resultados, comprobar en qué medida cambia el diagnóstico de la internacionalización de la economía extremeña y valorar si se cumplen los objetivos, líneas y medidas planteadas. Para ello:

- En una etapa intermedia se actualizará el diagnóstico de la internacionalización de la economía extremeña y se realizará un seguimiento por cada órgano responsable de los indicadores de ejecución y de impacto por cada medida. Se presentará a la Comisión un informe de evaluación de las actividades realizadas que permitirá revisar las

prioridades y acciones recogidas en el Plan en función de las demandas planteadas y las necesidades detectadas.

- Al final de la ejecución del Plan se analizará el diagnóstico de la internacionalización de la economía extremeña y se valorarán los resultados de los indicadores específicos definidos, emitiendo unas conclusiones que sirvan de referente para actuaciones posteriores.

Los indicadores establecidos para el seguimiento y evaluación del Plan son de dos tipos:

1.- Indicadores de ejecución: exponen las actividades programadas en cada línea de actuación y se calculan en unidades materiales o económicas permitiendo conocer el grado de cumplimiento así como los recursos económicos destinados



2.- Indicadores de impacto: hacen referencia a las consecuencias del Plan más allá de los efectos inmediatos sobre sus beneficiarios directos y se relacionan respecto de cada medida.

Indicadores de Impacto	
Medida 1	Participaciones en ferias internacionales y nacionales
	• N° de ferias organizadas. • N° de empresas participantes. • N° de sectores o subsectores implicados
Medida 2	Organización de misiones comerciales directas
	• N° de misiones organizadas. • N° de empresas participantes. • N° de sectores o subsectores implicados.
Medida 3	Organización de misiones comerciales inversas
	• N° de misiones organizadas. • N° de empresas extremeñas participantes. • N° de sectores o subsectores implicados.

Medida 4	Organización de visitas profesionales
	- Nº de visitas profesionales organizadas - Nº de empresas participantes - Nº de sectores o subsectores implicados
Medida 5	Refuerzo de la red exterior de delegaciones comerciales
	- Nº de consultas/gestiones realizadas. - Nº de empresas solicitantes - Nº de sectores o subsectores implicados.
Medida 6	Programa de licitación pública internacional
	Nº de empresas participantes en el programa.
Medida 7	Jornadas de oportunidades en mercados exteriores
	- Nº de jornadas organizadas. - Nº de empresas participantes. - Nº de sectores o subsectores implicados
Medida 8	Programa de ayudas para la internacionalización de las empresas extremeñas
	- Nº de empresas subvencionadas - Nº de actuaciones desarrolladas
Medida 9	Promoción internacional de productos y sectores
	Nº acciones de promoción organizadas
Medida 10	Programa de ayudas a la promoción internacional de franquicias
	Nº de franquicias participantes
Medida 11	Acciones de promoción de marcas
	- Nº de acciones de promoción organizadas. - Nº de empresas participantes - Nº de sectores o subsectores implicados.
Medida 12	Aumento de las conexiones con el talento exterior
	- Nº de actividades organizadas - Nº de empresas participantes - Nº asistentes
Medida 13	Foro Internacional Extremadura Exporta
	Nº de empresas participantes
Medida 14	Programa de internacionalización de la economía social
	- Nº Acciones sectoriales de información y sensibilización desarrolladas - Nº jornadas formativas - Nº Cooperativas participantes jornadas formativas - Misiones comerciales directas desarrolladas
Medida 15	Potenciación de nuevas fórmulas de comercialización y uso de las TICs
	Nº empresas apoyadas
Medida 16	Estudio, difusión y reconocimiento de buenas prácticas empresariales y de éxito en procesos de internacionalización

	Nº empresas participantes en jornadas
	Nº empresas reconocidas Premios Exporta
Medida 17	Programa de estudio analítico del sector exterior
	Número de estudios e informes elaborados
Medida 18	Identificación de empresas con capacidad de exportación
	Nº de empresas diagnosticadas.
	Nº de empresas a las que se realiza seguimiento tras la visita diagnóstico.
	Nº de empresas diagnosticadas que inician actividades exportadoras
Medida 19	Apoyo al inicio de la exportación de empresas
	Nº de empresas participantes
	Nº de sectores o subsectores implicados
Medida 20	Apoyo a la consolidación de las exportaciones de empresas y a la diversificación de los sectores exportadores
	Nº de empresas participantes
	Nº de sectores o subsectores implicados
Medida 21	Programa Empresa Industrial Internacional Competitiva
	Nº de empresas participantes en programas de mejora de la cadena de valor de la empresa.
	Nº de actuaciones desarrolladas por las empresas participantes en los programas de mejora de valor de la empresa
Medida 22	Realización de agendas personalizadas
	Nº de agendas organizadas.
	Nº de empresas participantes.
	Nº de sectores o subsectores implicados.
Medida 23	Jornadas de sensibilización, información y asesoramiento sobre internacionalización
	Nº de empresas informadas y asesoradas.
Medida 24	Fomento de la colaboración institucional con entidades e instituciones con competencias en internacionalización
	Reuniones celebradas mesa de coordinación
	Nº visitas página web
Medida 25	Programa de consorcios de exportación
	Nº de empresas participantes en el programa.
Medida 26	Programa de ayudas para el sostenimiento de los gastos de estructura de sociedades de comercialización
	Nº de sociedades de comercialización apoyadas
Medida 27	Programa de comercialización dirigido a la población extremeña en el exterior
	Nº de actividades organizadas y de países en que se realizan
	Nº de empresas participantes
	Nº asistentes a los actos organizados
Medida 28	Participación de la diáspora en la promoción internacional de Extremadura
	Nº de iniciativas realizadas

Medida 29	Refuerzo de la presencia institucional en las comunidades de extremeños en el exterior
	Nº de actividades organizadas y asistentes
Medida 30	Incorporación de profesionales de internacionalización
	Nº de contrataciones subvencionadas
Medida 31	Plan de formación en internacionalización para empleados
	Nº de empresas participantes.
Medida 32	Programa de formación de nuevos profesionales en comercio exterior
	- Nº de cursos de comercio exterior - Nº de alumnos participantes en los cursos de comercio exterior - Nº de participantes en prácticas en Extremadura - Nº de participantes en prácticas en Delegaciones internacionales - Nº de actividades de formación complementarias a las prácticas - Nº de participantes en actividades de formación complementaria a las prácticas
Medida 33	Programa de promoción de Extremadura como destino de inversiones
	- Nº de ferias y misiones realizadas - Nº de inversores identificados
Medida 34	Captación de inversores extranjeros potenciales y generación de oportunidades de negocio
	- Nº de inversores objetivo identificados susceptibles de originar oportunidades de negocio - Matchings realizables - Leads generados
Medida 35	Programa de apoyo, acompañamiento y seguimiento personalizado a empresas inversoras extranjeras
	Nº de planes de implantación y/o ampliación
Medida 36	Proyecto EUROACE ATTRACTION
	Nº de proyectos de inversión captados

CUADRO FINANCIERO

A efectos de lo determinado en el artículo 5 de la Ley 6/2011, de 23 de marzo, de Subvenciones de la Comunidad Autónoma de Extremadura, el Plan Estratégico de Internacionalización de la Economía extremeña 2017/2020 se establece como el Plan Estratégico de las diferentes ayudas que se instrumenten en su desarrollo.

El Presupuesto del Plan 2017/2020 asciende a 34.835.000 euros, asignándose a cada línea de actuación las siguientes cantidades (en €):

LINEA DE ACTUACIÓN	PRESUPUESTO (€)
1. FOMENTO DE LA INTERNACIONALIZACIÓN ECONÓMICA Y EMPRESARIAL	24.834.600
2. POTENCIACIÓN DE LOS SERVICIOS PERSONALIZADOS DE INFORMACIÓN, ASESORAMIENTO Y APOYO INDIVIDUALIZADO EN TODAS LAS FASES DEL PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN	2.917.600
3. PROMOCIÓN DE LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL E INSTITUCIONAL	499.200
4. DESARROLLO DEL CAPITAL HUMANO PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN	4.168.700
5. ATRACCIÓN DE INVERSIONES EXTRANJERAS HACIA EXTREMADURA	2.414.900
TOTAL	34.835.000 €

PARTES FIRMANTES

En prueba de conformidad, las partes firman el presente Plan Estratégico de Internacionalización de la Economía Extremeña por cuadruplicado ejemplar en Mérida, a 3 de noviembre de 2017.



Fdo. D. José Luis Navarro Ribera
Consejero de Economía e Infraestructuras
Junta de Extremadura



Fdo. Dª. Encarna Chacón Belmonte
Secretaria General
Comisiones Obreras
de Extremadura



Fdo. Dª. Patrocinio Sánchez Escobar
Secretaria General
Unión General de Trabajadores
de Extremadura



Fdo. D. Fco. Javier Peinado Rodríguez
Secretario General
Confederación Regional Empresarial
de Extremadura

PLAN ESTRATÉGICO DE
INTERNACIONALIZACIÓN DE LA
ECONOMÍA EXTREMEÑA
2017-2020

XPRTA