



Apoyo a la internacionalización de las PYME

Selección de buenas prácticas





Apoyo a la internacionalización de las PYME

Selección de buenas prácticas



Comisión Europea
DIRECCIÓN GENERAL DE EMPRESA E INDUSTRIA

Advertencia legal:

Ni la Comisión Europea ni cualquier persona que actúe en nombre de la Comisión será responsable por el uso que pudiera hacerse de la siguiente información. Las opiniones expuestas en esta publicación no reflejan necesariamente las opiniones o políticas de la Comisión Europea.

***Europe Direct es un servicio que le ayudará a encontrar respuestas
a sus preguntas sobre la Unión Europea***

**Número de teléfono gratuito (*):
00 800 6 7 8 9 10 11**

(*) Algunos operadores de telefonía móvil no autorizan el acceso a los números 00 800 o cobran por ello.

Más información sobre la Unión Europea, en el servidor Europa de Internet (<http://europa.eu>).
Al final de la obra figura una ficha bibliográfica.

Luxemburgo: Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas, 2008

ISBN 92-79-03082-5

© Comunidades Europeas, 2008

Reproducción autorizada, con indicación de la fuente bibliográfica

Printed in Italy

IMPRESO EN PAPEL BLANQUEADO SIN CLORO

ÍNDICE

PREFACIO	5
INTRODUCCIÓN	7
1. SENSIBILIZAR A LAS PYME A LA INTERNACIONALIZACIÓN	9
KiVi — Kilpailukykyä viennistä ja kansainvälistymisestä: Distribución de información sobre servicios e instrumentos de internacionalización	10
Centros de Desarrollo Empresarial y Tecnológico — Red C.E.TE.DE	11
BusinessInfo.cz — Portal para las actividades empresariales y la exportación	12
2. INFORMACIÓN DE ALTO VALOR AÑADIDO	13
Oportunidades de negocio	14
Cámaras de Comercio Exterior Alemanas (AHK)	15
«b2fair» — www.b2fair.com	16
3. PROGRAMAS DE DESARROLLO DE LOS RECURSOS HUMANOS	17
Programa regional para promover la exportación e internacionalización de las PYME	18
Programa Globaali de evaluación y desarrollo de las PYME — Servicio experto de marca que apoya la internacionalización de las PYME finlandesas	19
INOV Contacto	20
4. APOYO A LAS NECESIDADES FINANCIERAS DE LA INTERNACIONALIZACIÓN	21
Seguro de créditos a la exportación a corto plazo	22
Plan de derechos para apoyar a las nuevas empresas innovadoras y la expansión de las empresas en nuevos mercados	23
PYME y finanzas transfronterizas	24
5. PROMOCIÓN DE LAS REDES EMPRESARIALES	25
Asociación para la exportación Finpro	26
Creación de un sistema de establecimiento de redes para que las PYME promuevan sus exportaciones	27
6. APOYO A LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LOS SERVICIOS	28
PIPEnet	29
Difusión de servicios especializados en estructuras extranjeras	30
7. UTILIZACIÓN DE LA INTERNACIONALIZACIÓN PARA AUMENTAR LA COMPETITIVIDAD	31
«Move or stay and improve» — Herramienta para el cálculo rentable de la internacionalización de las PYME	32

Contratos de investigación y desarrollo industriales (IRDC)	33
Sistema de subvenciones para apoyar la internacionalización empresarial a través de certificados de producto	34
8. APOYO PERSONALIZADO	35
First flight	36
Programa de incubación	37
Passport to export	38
PIPE	39
9. ZONAS FRONTERIZAS Y COOPERACIÓN TRANSFRONTERIZA	40
Marketplace Baltic Region	41
Red transnacional — Artesanía en la Gran Región	42
Plataforma Econet: Cooperación empresarial para las PYME austríacas, checas y eslovacas en el triángulo Viena-Brno-Bratislava	43
Red de competencias Países Bajos/Renania del Norte-Westfalia INTER-NED	44



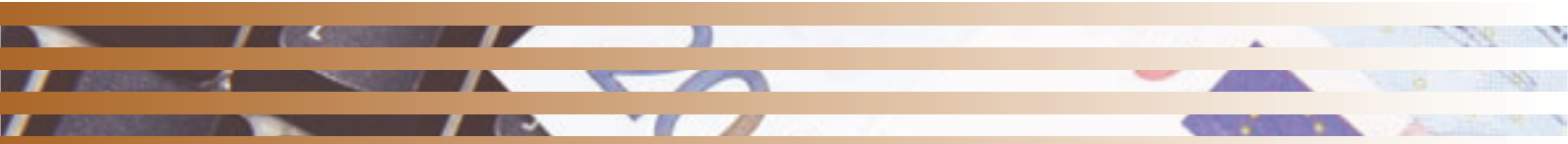
PREFACIO

El presente folleto contiene una selección de 27 programas nacionales recogidos durante el proyecto BEST «Supporting the internationalisation of SMEs» («Apoyo a la internacionalización de las PYME»). El proyecto se llevó a cabo de noviembre de 2006 a diciembre de 2007 y se basó en las contribuciones de un grupo de expertos de la Unión Europea, del Espacio Económico Europeo y de los países candidatos. Estas prácticas seleccionadas se eligieron de entre los más de 90 programas procedentes de 23 distintos países que fueron presentados por los expertos.

Las diversas prácticas se presentan en nueve áreas dedicadas a temas identificados como esenciales para el proceso de internacionalización de las pequeñas y medianas empresas (PYME):

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

El principal criterio utilizado para la selección de prácticas en cada una de las nueve áreas era la capacidad de cada programa elegido de apoyar a las PYME para abordar eficazmente uno o varios de los problemas resaltados en dicho ámbito. Además, la práctica tenía que estar en funcionamiento, ser operativa y debía ser fácilmente transferible.



Ello no significa que los programas sean específicos para cada área. En la mayoría de los casos, las prácticas incluyen un ámbito más amplio de apoyo a la PYME que no se circunscribe solo al área para las cuales se eligieron.

Estas prácticas y muchas otras presentadas para este proyecto también pueden consultarse en el catálogo *on line* de buenas prácticas de la Dirección General de Empresa e Industria, disponible en la dirección siguiente:

http://ec.europa.eu/enterprise/enterprise_policy/charter/



INTRODUCCIÓN

Uno de los mayores logros de la Unión Europea ha sido la creación de un enorme mercado único de más de 450 millones de consumidores. Más allá de Europa, la oleada actual de la globalización, caracterizada por reducciones drásticas de los obstáculos al comercio y de los costes de los transporte, la comunicación y la información, ha abierto enormes oportunidades.

Sin embargo, para muchas pequeñas y medianas empresas (PYME), las fronteras nacionales aún representan una barrera significativa a la extensión de sus actividades y aún dependen en gran parte, o exclusivamente, de sus mercados nacionales respectivos. Los cálculos actuales indican que solamente una quinta parte de las PYME europeas exporta, y solamente un 3 % de las PYME tiene filiales, sucursales o empresas conjuntas en el extranjero. De forma aún más preocupante, **un porcentaje sustancial de las PYME europeas ni siquiera piensa en la internacionalización**, a pesar del hecho de que las PYME ya están expuestas a una intensa competencia internacional, incluso en sus propios mercados nacionales.

Los estudios han demostrado ya la relación directa entre la internacionalización y el aumento de la rentabilidad de las PYME. La internacionalización proactiva refuerza el crecimiento, aumenta la competitividad y apoya la viabilidad a largo plazo de la empresa.

A pesar de sus ventajas, salir al extranjero es aún un gran paso para la mayor parte de las pequeñas empresas. No cuentan con los recursos ni los contactos que podrían poner a su alcance la existencia de oportunidades de negocio, de posibles socios, prácticas comerciales en mercados extranjeros. Además, la inversión financiera necesaria para lanzarse al terreno internacional puede ser una barrera significativa para muchas PYME. Asimismo, **el carácter dinámico de los obstáculos** significa que las dificultades irán aumentando a medida que lo haya el grado de internacionalización de la empresa.

Para superar esto, los gobiernos nacionales y regionales han desarrollado numerosos programas de apoyo a la internacionalización de las PYME. El primer organismo de fomento del comercio se creó en Finlandia en 1919 y, durante muchos años, los programas públicos de apoyo se centraron exclusivamente en promover las exportaciones mediante instrumentos como créditos a la exportación, misiones comerciales, exposiciones comerciales conjuntas, etc. El carácter y contenido de estas **medidas de apoyo a la exportación** han evolucionado con los nuevos desafíos y los nuevos entornos de carácter exigente, pero estos programas aún **representan más del 70 % de las medidas de apoyo de la internacionalización de las PYME a escala mundial**.

Estos programas no figuran en el presente folleto. A pesar de su predominio, su eficacia para promover las exportaciones y el hecho de que cubren una necesidad importante de las PYME (particularmente en el caso de las pequeñas empresas y de las PYME de nueva creación), todos los Gobiernos tienen una gran experiencia y han desarrollado soluciones idénticas o casi idénticas para sus empresas nacionales.

Ello pone de manifiesto que **la internacionalización no solamente consiste en exportar**. Por ejemplo, la cooperación transfronteriza, la participación en redes rentables, la búsqueda de materias primas competitivas o las nuevas tecnologías son elementos importantes en el impulso de las PYME modernas hacia la internacionalización. Asimismo, **las PYME internacionalizadas combinan diversos planteamientos mutuamente favorables en su estrategia internacional**.

Esto subraya el hecho de que **el apoyo individualizado a las PYME es el apoyo más efectivo para internacionalizarlas**, lo que significa que se analiza la empresa en todos sus elementos y se elabora un plan individual utilizando una gama de medidas de apoyo que a veces van incluso más allá de la internacionalización. Este es el caso del programa «Go International» de la Cámara de Economía Federal de Austria y del Gobierno austríaco, en el que, además del apoyo individualizado, la perspectiva es la internacionalización de una economía en su conjunto (planteamiento integral) que implica tener en cuenta otras áreas tales como la responsabilidad social de la empresa o la innovación. En el caso del organismo «Enterprise Ireland», los mecanismos de apoyo están concebidos para tener en cuenta todas las necesidades de las empresas a fin de situarlas mejor con respecto a la internacionalización.

Algunos estudios ya han encontrado sólidas relaciones entre **la innovación y la internacionalización: ambas comparten un efecto positivo y causal en la competitividad**. Algunos países, como Noruega, están aplicando ya medidas políticas integradas, ofreciendo programas que combinan la innovación y la internacionalización como la mezcla de instrumentos que permite a las empresas aumentar su creación de valor y su competitividad. Estos tipos de programas tienen la ventaja adicional de dirigirse a aquellas empresas para las que el principal impulso para la internacionalización es la mejora del acceso a la innovación, a la alta tecnología o a los conocimientos especializados. También ofrecen una mejor plataforma para abordar directamente un fenómeno importante y relativamente nuevo: las empresas que nacen siendo globales (*born globals*).

Este folleto desearía resaltar el hecho de que **es fundamental que Europa aumente la capacidad y la internacionalización efectiva de las PYME, que está bastante por debajo de su capacidad máxima**. Además de aumentar la conciencia de las PYME sobre la necesidad de internacionalizarse, las instituciones europeas, nacionales y regionales deben facilitar un acceso más fácil y mayoritario a los programas de apoyo, así como el acceso a información contrastada y útil. También hay que abordar problemas internos tales como la falta de recursos humanos suficientes y suficientemente formados para afrontar la internacionalización y la necesidad de apoyo financiero directo para la internacionalización. Todo esto tendrá que tener en cuenta la disparidad de las PYME, lo que requerirá un planteamiento individualizado para cada empresa.

La internacionalización se ha convertido en condición necesaria para que las PYME sobrevivan en el entorno actual considerablemente competitivo. Este folleto aspira a facilitar el intercambio de conocimientos y la difusión de los buenos programas de internacionalización que distintos países europeos están poniendo en práctica actualmente.



1. SENSIBILIZAR A LAS PYME A LA INTERNACIONALIZACIÓN

Europa necesita más PYME internacionalizadas. Una gran parte de las PYME, y la mayoría de las que tienen menos de 10 empleados, concentran todas sus actividades en sus mercados locales o nacionales, y, lo que es más preocupante, según los estudios internacionales, un alto porcentaje de las PYME nunca se ha planteado internacionalizarse.

Ampliar sus actividades en el extranjero aún se considera innecesario o demasiado costoso y arriesgado. Sin embargo, la internacionalización permite acceder a una mayor base de clientes, a más proveedores o llegar mejor a nuevas tecnologías. Generalmente abre una vía para el aumento de la rentabilidad, para la viabilidad a largo plazo y una mayor competitividad, que son los principales beneficios de una estrategia acertada de internacionalización.

Defender el aumento de la internacionalización entre las PYME es importante, pero incrementar la sensibilización no solo se refiere a la sensibilización sobre las ventajas de la internacionalización, sino también sobre los programas existentes de apoyo a las PYME cuando deciden internacionalizarse.

A veces esta falta de conocimiento de los programas de apoyo o la confusión creada por la existencia de demasiados regímenes que se solapan llevan a que la PYME se encuentre desorientada a la hora de llevar a cabo su intención de internacionalizarse.

Este es especialmente el caso de las PYME más pequeñas, que son las que más apoyo pueden necesitar. Así pues, es necesario añadir un esfuerzo importante al programa para comunicarse con las PYME a las que va dirigido.

Los programas que, mediante una comunicación fuerte y efectiva, invitan a las PYME a mirar más allá de sus fronteras naturales para la importación, la exportación, la cooperación, etc., deben ir acompañados de sistemas de fácil utilización (una ventanilla única, por ejemplo) para recoger y traducir el interés inicial en las PYME que dan sus primeros pasos hacia la internacionalización.

Persona de contacto

Severi Keinälä

Senior Advisor

Internationalisation of Enterprises
Confederation of Finnish Industries
EK

Tel. (358-40) 594 99 44

E-mail: severi.keinala@ek.fi

Tuulikki Laine-Kangas

Project Manager

Employment and Economic
Development Centre of
South Ostro Bothnia

Tel. (358-400) 66 94 66

E-mail:

tuulikki.laine-kangas@te-keskus.fi

KiVi — Kilpailukykyä viennistä ja kansainvälistymisestä: Distribución de información sobre servicios e instrumentos de internacionalización

Tema, objetivo y zona geográfica donde es aplicable

Las PYME en Finlandia no conocen suficientemente la variedad de los servicios y de los instrumentos de internacionalización disponibles. El proyecto KiVi aspira a unir a organizaciones públicas, semipúblicas y privadas para crear plataformas en las que se proporcionan la información y los contactos correspondientes a estos servicios.

Breve descripción de la práctica

El proyecto KiVi está coordinado por la Confederación de Industrias Finlandesas EK y los Centros de Empleo y Desarrollo Económico (Centros TE) en cooperación con las Cámaras de Comercio y la Federación de Empresas Finlandesas. Todas las organizaciones nacionales y varias locales que promueven la internacionalización son socios en el proyecto.

El proyecto proporciona un concepto y una plataforma para organizar actos en los que se distribuye información referente a servicios e instrumentos de internacionalización. Cada seminario se organiza a nivel local y, en el mejor de los casos, todos los actores locales se incorporan en la etapa de planificación para incluir todas las experiencias pertinentes sobre las necesidades y preferencias de las empresas locales.

A escala nacional, el proyecto es coordinado por una plataforma basada en Internet donde figuran todos los eventos próximos; los programas y las presentaciones se publican después del acto, lo que hace la comunicación más eficiente y proporciona un servicio a todos los organizadores locales. En la misma plataforma hay una serie de instrumentos disponibles, a saber, el documento del proyecto que describe el proceso y el contenido de los actos, un modelo de programa/invitación, un formulario de respuesta y una hoja de cálculo Excel para analizar la información de respuesta.

Los eventos mismos consisten en un seminario de un día o de medio día de duración, en el que la información se distribuye en forma de presentaciones, casos de empresas (puestos de relieve), así como en la miniferia, donde todos los prestadores de servicios interesados tienen un puesto en el vestíbulo del lugar donde se celebra el seminario. Todas las presentaciones se publican en la plataforma nacional para que puedan utilizarse posteriormente.

Grupo destinatario

En primer lugar, las PYME finlandesas, pero también son bien acogidos los representantes de grandes empresas. El grupo destinatario secundario incluye organizaciones públicas, semipúblicas y privadas que promueven la internacionalización de empresas finlandesas.

Resultados esperados o logrados

El proyecto aspira a mejorar el conocimiento de los servicios y los instrumentos financieros disponibles para la internacionalización entre los empresarios y los representantes de empresa.

En la primera ronda de seminarios, 1 379 personas participaron en los 18 actos organizados: una media de 77 participantes por evento, que se considera muy buena para este tipo de seminarios. En la segunda ronda se observan niveles similares de participación.

Los cuestionarios de valoración dieron 4,0 puntos para el contenido; 4,1 a la organización y a los locales; y 3,9 a las presentaciones sobre una escala de 1 a 5. En conjunto, los actos se consideraron muy buenos y algunas presentaciones recibieron puntuaciones excelentes.

En la reunión de valoración con las organizaciones asociadas, las evaluaciones fueron muy buenas y el proyecto se consideró muy útil y beneficioso; por lo tanto, se inició una segunda ronda de seminarios.

Información adicional

<http://www.ek.fi/>

Testimonio

Anne Linnonmaa, Directora Gerente, Anne Linnonmaa Ltd

«El proyecto KiVi es una herramienta excelente para acercar la información a las empresas. Además, es muy interesante oír las experiencias de otras empresas en su proceso de internacionalización. Se generan nuevas ideas con el establecimiento de redes, tanto con organizaciones como con otras empresas.»

Centros de Desarrollo Empresarial y Tecnológico — Red C.E.TE.DE

Tema, objetivo y zona geográfica donde es aplicable

Aumentar la sensibilización, suministrar información y ayuda organizativa con respecto a las actividades de exportación de bienes y servicios. La medida abarca todas las regiones y prefecturas de Grecia.

Breve descripción de la práctica

La iniciativa es ejecutada por los Centros de Desarrollo Empresarial y Tecnológico (C.E.TE.DE), red regional de organizaciones sin ánimo de lucro coordinada y supervisada por la Secretaría General de Industria del Ministerio de Desarrollo. Los 13 centros actúan en la capital de cada prefectura regional y proporcionan un servicio de ventanilla única para el suministro de información sobre la exportación de bienes y servicios, ayuda organizativa (asesoramiento) e información en relación con las actividades que tienen por objetivo apoyar la exportación.

La información proporcionada se clasifica generalmente por unidades de información que crean una «caja de herramientas para la exportación».

Además, el centro promueve el estímulo de grupos de empresas dispuestas a emprender actividades de exportación y capaces de emprenderlas, a fin de participar en actividades comunes para la promoción de sus bienes y servicios en los mercados internacionales. Todo esto se pone en marcha en coordinación y cooperación con el Comité Griego de Comercio Exterior.

Grupo destinatario

Principalmente las PYME, con un énfasis particular en las empresas pequeñas y muy pequeñas que no han desarrollado actividades de exportación, están comenzando a desarrollarlas, o exportan a pequeña escala en relación con el porcentaje de su volumen de negocios anual.

Resultados esperados o logrados

Varían dependiendo de la prefectura. Aún no se dispone de los resultados colectivos oficiales.

Información adicional

Esta iniciativa es dinámica y flexible. Proporciona actividades descentralizadas en un marco específico pero no rígido. En cada centro, la iniciativa tiene la capacidad de basarse en las ventajas relativas locales y de aprovecharlas. La medida es bien acogida y apoyada por todos los actores importantes, como por ejemplo el Ministerio de Desarrollo, las autoridades locales, las asociaciones profesionales, los medios de comunicación y, sobre todo, las propias PYME.

Persona de contacto

Dr. Kottakis Ioannis
Ministry of Development
General Secretariat of Industry
119, Mesogeion Avenue
GR-10192 Athina
Tel. (30) 21 06 96 90 33
Fax (30) 21 06 96 90 34
E-mail: kottakisi@ypa.gr

BusinessInfo.cz — Portal para las actividades empresariales y la exportación

Tema, objetivo y zona geográfica donde es aplicable

A una PYME puede resultarle difícil buscar la información pertinente y acceder a ella. Las PYME no cuentan con recursos suficientes y hay demasiados organismos estatales y organizaciones no gubernamentales que participan en el suministro de información y servicios. Asimismo, no se han descrito programas interrelacionados o comunes a varios organismos, ya que ninguna institución u organismo específico se encarga de ello.

El portal BusinessInfo.cz se ha diseñado teniendo en cuenta que estaba dirigido principalmente a las empresas checas. No obstante, cualquier PYME extranjera puede encontrar la información necesaria para crear una empresa en la República Checa.

Breve descripción de la práctica

BusinessInfo.cz es un portal oficial de Internet para las actividades empresariales y de la exportación. Es una ventana única cuya URL es <http://www.businessinfo.cz>. El portal integra la información de entidades de la Administración del Estado, organismos y cámaras y asociaciones no gubernamentales, y abarca un amplio espectro de información, desde aquella fácil de leer y utilizar a formularios electrónicos bastante complejos.

Grupo destinatario

Las PYME. Grupo destinatario especial: empresas que se inician en la exportación y empresas exportadoras.

Resultados esperados o logrados

Cada año, casi se han duplicado los resultados del año previo.

Número de visitantes

2002: 6 642 al mes

2003: 20 124 al mes

2004: 34 325 al mes

2005: 60 120 al mes

2006: 146 472 al mes

Número de usuarios registrados

2002: 306

2003: 430

2004: 1 994

2005: 8 230

2006: 15 958

Satisfacción de los usuarios: superior a 7,5 (sobre 10 puntos) cada año.

Información adicional

<http://www.businessinfo.cz/>

Persona de contacto

Radek Ježdík

Czechtrade

Tel. (420) 224 90 75 73

E-mail: radek.jezdik@czechtrade.cz

Michal Sontodino

Czechtrade

Tel. (420) 224 90 75 20

E-mail:

michal.sontodino@czechtrade.cz



2. INFORMACIÓN DE ALTO VALOR AÑADIDO

La información se cita repetidamente en encuestas y estudios sobre las PYME como una de las preocupaciones clave de las PYME interesadas en internacionalizarse o que han iniciado el proceso. Muchas empresas, particularmente las más pequeñas y las que se encuentran en las primeras etapas de la internacionalización, carecen de los recursos y de los conocimientos especializados para identificar oportunidades de negocio en el extranjero, socios potenciales, prácticas comerciales extranjeras, procedimientos de exportación, normativa de importación, normas y especificaciones de productos, leyes y normas, requisitos de comercialización, etc.

Para aumentar el número de PYME internacionalizadas, es esencial facilitar el acceso a esta clase de información de modo que la empresa pueda minimizar los costes y riesgos iniciales, relativamente elevados, que supone internacionalizarse. Disponer de buena información es fundamental para el proceso de toma de decisiones de las PYME, pues les permite planificar una estrategia de internacionalización.

Proporcionar a las PYME una buena información sobre internacionalización es algo muy amplio. En este folleto nos gustaría resaltar tres aspectos concretos:

- programas que apoyan la relación entre empresas;
- información sobre mercados extranjeros;
- cooperación transfronteriza y establecimiento de una red en el ámbito de los servicios de información.

La siguiente sección presenta tres prácticas cuyo objetivo final consiste en proporcionar información de alto valor añadido y gran incidencia que pueda ser utilizada directamente por las PYME participantes.

Programas que apoyan la relación entre empresas

Oportunidades de negocio

Tema, objetivo y zona geográfica donde es aplicable

El programa «Oportunidades de negocio» se puso en marcha con el objetivo de simplificar el acceso de los empresarios a la información sobre nuevas oportunidades de negocio/de exportación y la internacionalización de servicios. Es aplicable en cualquier área geográfica de la República Checa.

Breve descripción de la práctica

Las oportunidades de exportación se captan en el extranjero a través de las oficinas de CzechTrade, las embajadas checas y los formularios en línea del sitio Internet de CzechTrade y se recogen en la base de datos interna, se traducen al checo, se clasifican por sectores y se publican en la página web. Cuando se recibe una solicitud más concreta y específica de una empresa extranjera, se coteja con una lista de fabricantes checos existentes y se suministra a la empresa solicitante una lista de posibles proveedores checos.

Grupo destinatario

PYME, empresas preparadas para exportar.

Resultados esperados o logrados

Resultados cuantitativos: cada año se publican alrededor de 5 000 oportunidades de exportación/peticiones de información por parte de las empresas extranjeras, 4 000 licitaciones y 700 ofertas. Se calcula que el número de visitas a la página del sitio web oscila entre 20 000 y 100 000 al mes. No hay ninguna información sobre el número de casos resueltos, es decir, de contratos celebrados a partir de la información publicada y/o tratada, puesto que solo se ha realizado un seguimiento de esos casos en un grupo limitado de empresas que han respondido.

Información adicional

<http://www.czechtrade.cz/>

<http://www.czechtradeoffices.com/es/>

Persona de contacto

Jana Falathová
CzechTrade — Czech Trade
Promotion Agency
Dittrichova 21
CZ-128 01 Praha 28
E-mail:
jana.falathova@czechtrade.cz

Información sobre mercados extranjeros

Cámaras de Comercio Exterior Alemanas (AHK)

Tema, objetivo y zona geográfica donde es aplicable

La red de AHK ofrece servicios de información y consulta para las PYME sobre mercados exteriores a escala mundial.

Breve descripción de la práctica

Hay alrededor de 120 oficinas de las Cámaras de Comercio Exterior Alemanas (Auslandshandelskammer — AHK) repartidas en 80 países de todos los continentes. En su mayoría son instituciones independientes que obtienen una parte importante de sus ingresos a través de los servicios que proporcionan. Los servicios de estas instituciones incluyen información sobre normativa de importación y exportación, derechos de aduana, condiciones para la inversión en el extranjero, normativa monetaria, oportunidades de mercado y estrategias de comercialización para empresas alemanas. Aconsejan a las empresas sobre el terreno y las ayudan a establecer contactos empresariales internacionales. La información básica es gratuita, mientras que el análisis detallado y la asesoría individual específica es de pago. Además, son el primer punto de contacto y un intermediario clave para las empresas del país de acogida que desean hacer negocios en Alemania. Al mismo tiempo, las AHK realizan tareas importantes en interés del Gobierno alemán que, de otro modo, tendrían que realizar las instituciones estatales.

Las principales ventajas son que las PYME pueden obtener asesoramiento e información profesionales sobre mercados exteriores de una organización alemana local sobre el terreno. Por lo tanto, es posible apoyar constantemente a las PYME exportadoras desde el lugar de origen. El servicio que proporcionan en el ámbito del comercio exterior es especialmente útil para las PYME que no disponen de sus propios departamentos de exportación.

Grupo destinatario

Empresas alemanas exportadoras e interesadas, particularmente PYME.

Resultados esperados o logrados

Las AHK intermedian en aproximadamente 100 000 contactos empresariales al año. Están integradas en la economía de sus países de acogida y pueden ofrecer oportunidades de negocio perfectas a través de sus contactos con las empresas locales. El hecho de que alrededor de 40 000 empresas sean miembros de estas cámaras, de las cuales dos tercios no son de nacionalidad alemana, es prueba de ello.

Desde 2006 se ha ido desarrollando el nuevo concepto de servicio «DEinternational» (<http://www.deinternational.de/sp/index.php>). Bajo esta denominación, las AHK ofrecen los servicios básicos en una forma más comparable a escala mundial y amplían la gama de sus servicios especiales. A través de la cooperación con socios adicionales, también han ampliado la gama de servicios para incluir la promoción del comercio exterior. Los servicios de DEinternational son variados, flexibles y están hechos a medida para adaptarse a las necesidades especiales de diversas empresas de distinto tamaño procedentes de diversos sectores empresariales. Para las PYME alemanas ello significa una mejora del acceso a los mercados, de la orientación al cliente y de la transparencia y el valor de la red.

Información adicional

<http://www.ahk.de>

Testimonio

Jörg Fischer, Knöpfle & Fischer Fensterbau OHG, Blumberg

«Con motivo de un viaje exploratorio a Dublín y Cork en noviembre de 2005, obtuve una primera idea de conjunto sobre el interesante mercado irlandés. La presentación de la Cámara de Comercio Exterior en Dublín fue profesional, de actualidad y aplicable directamente. Me gustaría cooperar de nuevo con las Cámaras de Comercio Exterior.»

Persona de contacto

Alexander Lau
Deutscher Industrie- und
Handelskammertag (DIHK)
International Economic Affairs
Breite Straße 29
D-10178 Berlin
Tel. (49-30) 203 08 23 10
Fax (49 30) 203 08 23 33
E-mail:
lau.alexander@berlin.dihk.de

Persona de contacto

Consejo de Dirección de «b2fair»:

Jürgen Schäfer

Enterprise Europe Network
Heilbronner Straße 43
Postfach 102155
D-70017 Stuttgart

Tel. (49-711) 165 72 80

Fax (49-711) 165 73 00

E-mail: js@handwerk-international.de

Sabrina Sagramola

Enterprise Europe Network
7, rue Alcide de Gasperi
L-2981 Luxembourg

Tel. (352) 42 39 39-334

Fax (352) 43 83 26

E-mail: sabrina.sagramola@cc.lu

Cooperación transfronteriza y establecimiento de redes en el ámbito de los servicios de información

«b2fair» — www.b2fair.com

Tema, objetivo y zona geográfica donde es aplicable

El «b2fair» es un instrumento de apoyo en el campo de la cooperación y de la relación entre empresas. Abarca las PYME de toda Europa y está abierto a todos.

Breve descripción de la práctica

La cooperación internacional está adquiriendo una importancia creciente como instrumento para acceder a mercados extranjeros. En particular, las ferias comerciales internacionales son una eficiente plataforma para los encuentros entre empresas, puesto que tanto los expositores como los visitantes están ya presentes y dichos encuentros, bien preparados, pueden añadir valor a ambas empresas. Numerosas PYME reciben peticiones de contactos empresariales de empresas extranjeras.

«b2fair» ofrece la posibilidad de comprobar el perfil de empresa, preparar los encuentros, acompañar a las PYME a ferias comerciales y suministrarles cabinas, intérpretes y otros servicios.

Esta medida se apoya en una base de datos *on line* y en información sobre actos. Permite que las empresas europeas publiquen sus perfiles de empresa en Internet y encuentren los que buscan en las ferias comerciales internacionales de Europa. Las organizaciones empresariales participantes (red de socios «b2fair») pueden ayudar a la introducción de información. «b2fair» es administrado por el Euro Info Centre (EIC) de Stuttgart (Alemania) y por el Euro Info Centre de Luxemburgo y fue iniciado por la Comisión Europea. A continuación se exponen algunas de sus ventajas:

- una red internacional con más de 30 socios;
- viabilidad de un proyecto cofinanciado por la Comisión Europea;
- alto índice de encuentros de empresas y de satisfacción de los clientes;
- cuota de participación reducida;
- grandes efectos en el campo de las relaciones públicas durante una feria comercial internacional.

Grupo destinatario

Empresas nacionales y extranjeras de todos los sectores.

Resultados esperados o logrados

Alrededor de 2 500 empresas participaron en 10 ferias comerciales internacionales como la Feria de Hannover, la ELMIA de Suecia, la Midest de París, la AMB de Stuttgart, la MSV de Brno y la HI de Herning. Se organizaron más de 15 000 encuentros de empresas, de los cuales el 30 % se calificaron de primeros encuentros positivos. Los participantes rellenan un cuestionario nada más terminar las reuniones así como otro aproximadamente seis meses más tarde.

Información adicional

<http://www.b2fair.com/>

E-mail: info@b2fair.com

Testimonio

Bernhard Traube, Alfred Bolz Gerätebau GmbH, Argenbühl — Eisenharz

«b2fair nos aportó algunos contactos valiosos que condujeron a dos colaboraciones empresariales concretas. Nuestro socio eslovaco nos ha visitado recientemente. Recurriremos a él con gusto de nuevo.»



3. PROGRAMAS DE DESARROLLO DE LOS RECURSOS HUMANOS

Las PYME se caracterizan por su flexibilidad y su gran capacidad de innovación y adaptación, pero adentrarse en los mercados internacionales requiere más competencias, conocimientos de gestión y disponibilidad a largo plazo de recursos humanos para desarrollar una estrategia de internacionalización sin poner en peligro las actividades cotidianas.

Aunque a veces las PYME no lo vean así, este es uno de los principales obstáculos a los que se enfrenta una PYME cuando estudia la internacionalización: muchas PYME carecen de algunos de los conocimientos y, sobre todo, del tiempo requerido para emprender operaciones internacionales. Los programas que apoyan la transferencia de estos conocimientos a las PYME y el suministro de más recursos humanos especializados, facilitarán considerablemente que las PYME asuman a largo plazo el compromiso de internacionalizarse. En muchos casos, estos programas ayudarán a solucionar una condición previa necesaria para internacionalizarse.

Los programas de asistencia a largo plazo, el suministro de aprendices o titulados con experiencia internacional, el que una PYME actúe de tutor de otra, etc., constituyen algunos aspectos de este tema. Subrayamos este asunto resaltando tres planteamientos diversos y complementarios:

- los programas de formación;
- los programas para empresas;
- los programas para titulados.

Persona de contacto

Christian Peter Haugen
Senior Adviser

Innovation Norway
Tel. (47) 74 13 54 00

Fax (47) 74 13 54 01

E-mail:
christian.peter.haugen@invanor.no

Programas de formación

Programa regional para promover la exportación e internacionalización de las PYME

Tema, objetivo y zona geográfica donde es aplicable

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

Breve descripción de la práctica

El programa está basado en un concepto desarrollado para las PYME que tienen potencial y capacidad de aumentar su competitividad mundial a través de la innovación y de la internacionalización. Es un programa de desarrollo empresarial donde las empresas participan en un proceso de desarrollo de 12 a 14 meses. Innovation Norway concede apoyo financiero a las empresas para proyectos de desarrollo empresarial.

El programa está dividido en cuatro fases:

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

Información adicional

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

Evaluación/resultados

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

Información adicional

<http://www.innovasjon Norge.no/>

Programas para empresas

Programa Globaali de evaluación y desarrollo de las PYME — Servicio experto de marca que apoya la internacionalización de las PYME finlandesas

Tema, objetivo y zona geográfica donde es aplicable

El objetivo del programa de internacionalización Globaali es ayudar a las PYME finlandesas a competir con éxito a escala internacional con el menor riesgo posible, elaborando a tal fin un plan de desarrollo para la empresa.

Breve descripción de la práctica

Globaali es un programa de evaluación y desarrollo a nivel nacional destinado a analizar el estado de preparación de las PYME para la internacionalización. Es un servicio especializado con apoyo financiero. El programa está personalizado para una empresa/un producto y es específico para cada país. La calidad del programa está asegurada por asesores Globaali formados y titulados que son especialistas en la internacionalización de empresas. Los objetivos del programa de internacionalización Globaali son:

- Evaluar las perspectivas de internacionalización de una empresa analizando el estado actual de los productos, los canales de distribución, los métodos de funcionamiento y los recursos.
- Establecer las razones, perspectivas y visiones de la empresa por lo que se refiere a la internacionalización y evaluar la situación competitiva internacional de la empresa; el especialista Globaali también abordará las ventajas competitivas y las oportunidades internacionales de la empresa.
- Elaborar un modelo de internacionalización para la empresa, una estrategia que asegure el éxito en el mercado objetivo, así como poner en marcha un programa de internacionalización al respecto que exponga sucintamente las áreas de inversión y desarrollo, las medidas que deben tomarse, el personal clave que se encargará del proceso, y los calendarios y recursos financieros.

Grupo destinatario

PYME (según la definición de la Unión Europea) en todos los sectores, incluidos los servicios. Estas PYME estarán iniciando o extendiendo sus operaciones internacionales (empresas no internacionalizadas, principiantes, empresas con más experiencia).

Resultados esperados o logrados

A través de Globaali, más de 700 empresas han mejorado su preparación para la internacionalización. El Employment and Economic Development Centre (Centro de Empleo y Desarrollo Económico) realiza una evaluación anual en la que Globaali obtuvo una media de 8,1 en 2005 y 7,8 en 2006 en una escala de 4 a 10.

En 2004, Net Effect Oy evaluó el concepto de Globaali. Según dicha evaluación, Globaali responde a una necesidad clara de las PYME finlandesas y es de alta calidad según los participantes que fueron entrevistados para el estudio. Se consideró que el seguimiento era bastante flexible y que ofrecía una clasificación clara del potencial de las empresas para la internacionalización.

Información adicional

<http://www.te-keskus.fi/>

<http://www.yrityssuomi.fi/>

Testimonio

Markku Hakkarainen, Director Gerente de Finnkatalyt Oy

«El programa Globaali nos ayudó a analizar y a identificar nuestros recursos y posibilidades para iniciar actividades empresariales internacionales. El asesoramiento del programa dejó clara la necesidad de centrarse en dos sectores empresariales principales en el mercado internacional.»

Persona de contacto:

Tuulikki Laine-Kangas

Employment and Economic
Development Centre
of South Ostro Bothnia
Huhtalantie 2

FIN-60220 Seinäjoki

E-mail:

tuulikki.laine-kangas@te-keskus.fi

Programas para titulados

INOV Contacto

Tema, objetivo y zona geográfica donde es aplicable

Medida estructural económica que aspira a formar recursos humanos cualificados para ayudar a las empresas portuguesas a competir en la economía global. La medida tiene un alcance nacional.

Breve descripción de la práctica

El éxito competitivo de las empresas nacionales en cualquier proceso de internacionalización también implica un compromiso de formación de sus recursos humanos. La mejora de los conocimientos de los recursos humanos permite el desarrollo de las estrategias de internacionalización, que a su vez promueven la competitividad sostenible. Ello también conduce al refuerzo de las capacidades técnicas, tecnológicas y de comercialización, a la innovación de productos y procesos, y a los reajustes organizativos requeridos por la evolución de mercados internacionales. INOV Contacto aspira a mejorar los conocimientos de los jóvenes y promueve su contratación por las empresas. El programa también busca y difunde información estratégica, recolectada por Network Contacto. A través de Network Contacto, los jóvenes también tienen la ocasión de participar en todos los actos organizados por la red, de iniciar debates y foros, y de participar en un intercambio de empleo. El programa consiste en:

- Un curso sobre gestión internacional impartido por profesores universitarios y personalidades del ámbito empresarial nacional e internacional; combina aspectos prácticos con sesiones teóricas y temáticas, y ofrece formación en las áreas de gestión internacional y de gestión de la cultura.
- Prácticas de jóvenes por un período de dos meses (cuatro semanas en el caso de sectores tecnológicos) en empresas portuguesas para adquirir contacto con el funcionamiento y la organización de la empresa y para adquirir conocimientos específicos en exportación y en gestión internacional de empresas.
- Prácticas durante seis meses (nueve en el caso de la sectores tecnológicos) en empresas en el extranjero para iniciar su carrera profesional internacional y para estimular la adquisición de conocimientos adecuados para la actividad económica internacional; en muchos casos, el programa facilita el comienzo de una carrera profesional en el extranjero o en Portugal en empresas receptoras de jóvenes.

Se selecciona a las empresas y a las organizaciones que desean participar en el programa internacional de aprendizaje de INOV Contacto según el interés que representan para el desarrollo de la productividad y competitividad de la economía nacional y de las empresas portuguesas.

El programa se financia a través de incentivos del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) de la Unión Europea, del Fondo Social Europeo (FSE) y de la Administración portuguesa.

Grupo destinatario

Empresas portuguesas y multinacionales con una presencia significativa en Portugal; también empresas extranjeras que, aunque no estén presentes en Portugal, tengan una gran importancia estratégica para la economía del país, y organizaciones multilaterales como el Banco Mundial, la Comisión Europea, el Banco Europeo de Inversiones, etc.

Resultados esperados o logrados

INOV Contacto ha inspirado nuevas ideas y proporciona una serie de licenciados jóvenes, con formación práctica en varios países además de su título universitario, a las empresas internacionalizadas. Asimismo, ha permitido crear y gestionar una red de conocimiento de carácter informal de titulados nacionales (independientemente del país de residencia) que podría tener en cuenta su experiencia y las cualificaciones logradas durante la prácticas, y aconsejar y difundir el planteamiento de la evaluación comparativa en la internacionalización de las PYME.

Información adicional

<http://www.networkcontacto.com/>

<http://www.portugalglobal.pt/>

Persona de contacto

Humberto Gonçalves
ICEP Portugal
Rua Direita do Viso, 120
P-4269-002 Porto
E-mail:
humberto.goncalves@icep.pt



4. APOYO A LAS NECESIDADES FINANCIERAS DE LA INTERNACIONALIZACIÓN

La internacionalización impone exigencias financieras suplementarias a las empresas. Todas las encuestas sobre la PYME señalan el hecho de que este problema, junto con la obtención del acceso a la «información de alto valor», encabeza la lista de principales dificultades a las que se enfrentan las PYME al plantearse el inicio de operaciones internacionales.

En general, las PYME no cuentan con conocimientos especializados en asuntos financieros, que requieren mucho tiempo y energía. Sin embargo, en el caso de la internacionalización, el aspecto financiero es mucho más que un asunto de gestión del flujo de caja o garantizar el acceso a más financiación. La internacionalización incluye una serie de factores específicos tales como el riesgo de cambiar, la garantía de los pagos del extranjero, dificultades para la concesión de facilidades de pago a los clientes extranjeros, etc.

Esto convierte a la financiación de la internacionalización en un doble reto: por una parte, adquirir información sobre los nuevos retos y los mecanismos financieros de la internacionalización y, por otra, poder acceder a los fondos adicionales requeridos para financiar las operaciones internacionales. La obtención de esos fondos supondrá costes y dificultades adicionales debido al mayor nivel de riesgo percibido por las instituciones financieras y, en algunos casos, requerirá el recurso a instrumentos financieros específicos de la internacionalización.

Esta sección presenta prácticas que ofrecen soluciones a algunos de los problemas resaltados anteriormente.

Seguro de créditos a la exportación a corto plazo

Tema, objetivo y zona geográfica donde es aplicable

Este programa contribuye a la promoción efectiva de las exportaciones de las PYME griegas, ya que cubre hasta el 95 % del valor de las exportaciones en caso de impago debido a riesgos comerciales o políticos. El período de los créditos a la exportación asegurados puede alcanzar un máximo de 180 días. Para algunos productos específicos, puede ampliarse a un año. El programa tiene cobertura geográfica nacional.

Breve descripción de la práctica

La aplicación del programa es responsabilidad de la Export Credit Insurance Organisation (ECIO), que anima a las PYME griegas a empezar a vender en el extranjero, asegurando los créditos a la exportación concedidos a compradores extranjeros. El exportador que desee obtener cobertura cumplimenta un formulario de solicitud y lo presenta en la ECIO. Si la ECIO aprueba la petición de seguro del exportador, las dos partes firman una póliza de seguros en la que se establecen las primas en función de los riesgos cubiertos, el país del destino y las condiciones de pago respectivamente. En caso de que el riesgo cubierto con la póliza de seguros realmente se produzca, la ECIO, a petición del cliente, y si ha transcurrido el plazo especificado en la póliza (de tres a nueve meses, dependiendo de los riesgos cubiertos), indemniza al exportador y asume al mismo tiempo todos los derechos y las reclamaciones del exportador con respecto al comprador deudor extranjero. Aunque la ECIO no financie las exportaciones, ayuda indirectamente a las PYME que se enfrentan a dificultades en la obtención de financiación bancaria para sus pedidos destinados a la exportación, permitiendo a cada exportador asegurado ceder su derecho a indemnización a un banco o a cualquier otra institución financiera como garantía secundaria.

Grupo destinatario

Toda PYME griega exportadora que venda sus productos o servicios en el extranjero con facilidades de pago. La ECIO acepta a las PYME con actividades de exportación sin ninguna restricción en cuanto al volumen de sus ventas anuales a la exportación.

Resultados esperados o logrados

Se han firmado aproximadamente hasta 2 000 pólizas de seguros, y casi 700 PYME griegas que exportan se han beneficiado del programa desde su inicio en 1988.

Información adicional

<http://www.ecio.gr/>

Persona de contacto

Dr. Clearchos Efstratoglou
Deputy General Manager
Export Credit Insurance
Organisation
57, Panepistimiou Street
GR-105 64 Athina
Tel. (30) 21 03 31 00 17
Fax (30) 21 03 31 84 10
E-mail: efstratoglou@oaep.gr

Plan de derechos para apoyar a las nuevas empresas innovadoras y la expansión de las empresas en nuevos mercados

Tema, objetivo y zona geográfica donde es aplicable

Esta iniciativa tiene por objetivo facilitar financiación para la etapa de prueba de una innovación para una PYME a partir del volumen de negocios esperado, facilitando así el período de puesta en marcha de cualquier actividad.

Breve descripción de la práctica

Muchos inventores y desarrolladores de producto se enfrentan a un dilema al buscar financiación cuando están en la etapa de prueba. Los inversores en capital social, si son inversores de capital riesgo tipo «*business angels*» o inversores en capital riesgo, a menudo exigen una buena parte de la empresa debido al gran riesgo que corren. La financiación de los derechos elimina el dilema. En vez de vender capital social, el inventor promete simplemente una parte de las ventas futuras a cambio de un adelanto proporcionado por el inversor. La medida proporciona acceso a la financiación en el caso de proyectos que se consideran demasiado aventurados para recibir apoyo mediante préstamos. Ello se debe generalmente a que se considera que los beneficios se generan a más largo plazo. Gracias a la financiación de los derechos, la empresa pagará al inversor un porcentaje de ventas o de beneficios brutos en vez de pagos mensuales de deuda o la participación en el capital social de la empresa. Las siguientes actividades están incluidas en la medida:

- desarrollo de nuevos productos/procesos;
- empresas incipientes innovadoras y basadas en el conocimiento;
- mejora significativa en los productos/procesos existentes;
- mejoras significativas del diseño;
- empresas en expansión pertenecientes a los sectores objetivo identificados en la estrategia de Malta Enterprise;
- proyectos de «prueba del concepto»;
- PYME que aplican una estrategia de penetración de mercado basada en la internacionalización.

Grupo destinatario

Empresas que desean desarrollar nuevos productos o sus productos existentes a fin de satisfacer las exigencias de un nuevo mercado.

Resultados esperados o logrados

Este es un plan relativamente nuevo; actualmente se ha firmado un acuerdo sobre derechos y otros están en una fase de evaluación avanzada.

Testimonio

Peter Delia, Ricston Ltd

«Ricston Ltd proporciona asesoría, apoyo y servicios de formación para tecnologías de código abierto, y actualmente está especializada en tecnologías de la integración para empresas. Nuestra financiación es privada y solicitamos a Malta Enterprise asistencia en el marco del plan de financiación de derechos en septiembre de 2006. Los fondos puestos a disposición de Ricston con este plan son de gran ayuda para contribuir a la financiación del desarrollo de nuestro equipo y de los servicios que estamos ofreciendo a las empresas a escala internacional. Hemos experimentado un gran crecimiento, éxito y cambio en estos pocos meses y esperamos seguir contando con el apoyo de Malta Enterprise para hacer frente a estos desafíos. El hecho de que el sistema de derechos se reembolse con el volumen de negocios generado ha facilitado el período de puesta en marcha de nuestra actividad.»

Información adicional

www.maltaenterprise.com

Persona de contacto

Dennis Vella

Head, Relationship Management and Internationalisation Department

Malta Enterprise

Tels. (356) 25 42 00 00 /
(356) 25 42 32 93

E-mail:

dennis.vella@maltaenterprise.com

PYME y finanzas transfronterizas

Tema, objetivo y zona geográfica donde es aplicable

La información sobre productos y aspectos financieros está fragmentada y carece de transparencia, lo que constituye un problema para las PYME que quieren internacionalizarse, ya que necesitan financiación y un plan sobre cómo prepararse al efecto.

Nuestro objetivo es mejorar el acceso de las PYME a la financiación recopilando la información disponible y ofreciéndola en un archivo disponible en Internet. Para conseguirlo, cooperamos con el sector privado, incluidas nuestras confederaciones de bancos (NVB) y PYME (MKB-NI), por lo que está impulsado por la demanda. Esta información en Internet es aplicable a escala mundial y está dirigida a las PYME neerlandesas y a sus socios.

La práctica fue iniciada por la Junta de Comercio Neerlandesa, DTB (junta de carácter público y privado que asesora al Gobierno) y fue ejecutada por nuestra agencia de actividades empresariales y cooperación internacionales, EVD.

Breve descripción de la práctica

El archivo disponible en Internet (<http://www.internationaalondernemen.nl/mkb-financiering>) presenta los productos del sector financiero privado, del Estado, de la Unión Europea y de las instituciones multilaterales.

Se incluyen los productos especiales, como el seguro de crédito a la exportación y los índices de solvencia crediticia internacionales, pero también la facturación, el capital de riesgo, los hábitos de pago, el arrendamiento financiero (*leasing*) y las hojas de ruta, lo que puede ser muy útil para las finanzas transfronterizas. Los productos aparentemente heterogéneos están homogeneizados, es decir, agrupados y presentados de manera simple y fácil de utilizar, en comparación con lo referente a condiciones y precios.

El visitante debería poder encontrar la información lo antes posible. Ello se consigue mediante páginas breves pero detalladas y «enlaces profundos» con la página correcta del sitio web de los proveedores. EVD aún está mejorando la información: hojas de ruta simples, casos empresariales y, pronto, referencias a asesores financieros/jurídicos para las PYME (auditores, abogados), etc.

Grupo destinatario

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

Resultados esperados o logrados

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

- El hecho de que EVD haya mejorado sus instrumentos de medición del número de visitantes para corregir los motores de búsqueda en Internet, lo que permite obtener una imagen clara del número de visitantes únicos. Los resultados: aproximadamente 3 900 visitantes únicos en 2007. Este es un buen resultado en relación con otras zonas de la página web, especialmente si se tiene en cuenta el nicho para especialistas que cubre.
- La clasificación de la página en Google. El archivo tiene alrededor de 80 páginas, y en un 85 % de los casos se las encuentra en los tres primeros resultados cuando se busca en Google, lo que indica la popularidad y la facilidad para que los clientes lo localicen.

Información adicional

<http://www.internationaalondernemen.nl/mkb-financiering>

Persona de contacto

Maarten Brouwer

EVD

Juliana van Stolberglaan 148

2595 CL Den Haag

Nederland

Tel. (31-70) 778 8079

E-mail: brouwer@evd.nl



5. PROMOCIÓN DE LAS REDES EMPRESARIALES

Por su naturaleza misma, las redes facilitan la interacción entre diversas empresas y organizaciones que comparten objetivos o intereses comunes y representan una fuente de sinergias provechosas: el reparto de los gastos, un acceso mejor o más rápido a las nuevas tecnologías, un mayor acceso a socios potenciales, etc.

Esta es la razón por la que los expertos y los estudios coinciden en mencionar las redes como una de las herramientas que más favorecen una actividad internacional más acertada y por las que los gobiernos y las organizaciones empresariales participan en su promoción y apoyo.

El carácter de la red puede ser variado e implicar tanto a PYME como a grandes empresas, a diversos sectores e, incluso, a diversas áreas regionales o nacionales dependiendo del centro de interés primario de la red. Una de las ventajas clave de las redes empresariales es el bajo coste para los participantes en comparación con las ventajas que ofrecen.

Las relaciones creadas dentro o a través de estas redes han sido tradicionalmente un instrumento clave para ayudar a las PYME a ampliar sus actividades en el extranjero y una herramienta excelente para buscar la tecnología y conocimientos especializados.

En esta sección presentamos dos prácticas cuyo objetivo principal consiste en promover la interacción de los participantes, a través de objetivos de apoyo comunes.

Asociación para la exportación Finpro

Tema, objetivo y zona geográfica donde es aplicable

La asociación para la exportación Finpro es una herramienta de entrada en el mercado para grupos de PYME que utiliza las sinergias entre las empresas participantes. Pueden participar empresas con sede en Finlandia, pero el mercado objetivo puede ser cualquier país.

Breve descripción de la práctica

Se trata de un proyecto de cooperación de PYME, que se dirigen juntas a uno o varios mercados objetivo seleccionados, en el que un mínimo de cuatro empresas forman una oferta basada en la sinergia. Finpro reclutará para el grupo a un gestor externo de la exportación, que actúa como un recurso adicional para las empresas y ofrece una presencia local en el mercado objetivo, además de su red. El gestor de la exportación puede también estar situado en Finlandia, si el modo de funcionamiento lo permite. Las empresas participantes desempeñan un papel activo en el proyecto. La manera de trabajar también les ofrece una oportunidad excelente de aprendizaje y de crecimiento. La descripción de las funciones del gestor de la exportación puede diseñarse según las necesidades de las empresas. Fundamentalmente consiste en la apertura de accesos, los estudios de mercados, la búsqueda de socios y el asesoramiento. Finpro se encarga de la gestión del proyecto y gestiona anualmente aproximadamente 30 asociaciones para la exportación a diversos mercados objetivo y distintas líneas de industria. La duración máxima de la ayuda oficial es tres años y medio. Sin embargo, el compromiso y la financiación son siempre por un año renovable. En la primera fase es posible realizar un período preparatorio de seis meses.

Grupo destinatario

PYME finlandesas, especialmente las empresas en expansión. También pueden participar empresas más grandes.

Resultados esperados o logrados

La manera de trabajar incita a las empresas a mejorar su comprensión del comercio internacional y las ayuda a evaluar su competitividad y a elaborar sus estrategias de internacionalización. También se espera que estimule las actividades empresariales a un nivel tangible: hallar socios, distribuidores, establecer relaciones de subcontratación o incluso iniciar sus propias actividades en el mercado objetivo. Finpro ha desarrollado asociaciones para la exportación desde principios de la década de 1990 con más de 1 200 empresas participantes. Según una encuesta llevada a cabo en 2005 por la Turku School of Economics, una mayoría clara de las empresas considera significativo el impacto de la asociación para la exportación.

Información adicional

<http://www.finpro.fi>

Persona de contacto

Silva Paananen
Finpro, Region Finland
PO Box 358
FIN-00181 Helsinki
Tel. (358) 204 69 51
E-mail: silva.paananen@finpro.fi

Creación de un sistema de establecimiento de redes para que las PYME promuevan sus exportaciones

Tema, objetivo y zona geográfica donde es aplicable

La presente iniciativa, establecida en la región del Transdanubio Occidental, una de las más desarrolladas de Hungría, aspira a promover la creación de redes empresariales de PYME con el objetivo final de apoyar el aumento de las exportaciones. La creación, la relación y el intercambio de conocimientos y experiencias son las principales herramientas de este programa.

Breve descripción de la práctica

El programa de creación de un sistema de establecimiento de redes para que las PYME promuevan sus exportaciones es un programa bien conocido en Hungría desde 2003, y la región del Transdanubio Occidental es la tercera en la que ha sido introducido. Este programa se centra en la formación para el desarrollo del conocimiento empresarial a fin de incidir en las actividades transfronterizas de las PYME.

La razón para crear este acto periódico de establecimiento de redes para las PYME es promover el intercambio y extender el conocimiento y las prácticas empresariales que llevan a cambiar el comportamiento de las PYME, con lo que se crean las bases para el desarrollo de las exportaciones al mercado único y la extensión a terceros países.

La práctica combina el aprendizaje, el establecimiento de redes y alianzas con el objetivo operativo de aumentar el volumen de negocios y las exportaciones de los participantes. El proyecto consta de tres fases:

- 1) Selección de las PYME activas en la región para crear un grupo de 25 a 30 empresarios y realizar una primera consulta sobre su intención y objetivos en relación con la cooperación; selección de grandes empresas/de tutores que puedan ayudar a las PYME: personas con gran experiencia en el fomento y la gestión de la exportación.
- 2) Formación de un equipo entre las PYME y las grandes empresas mediante acciones de formación, talleres e intercambio de experiencias durante un mes.
- 3) Consulta en talleres cada mes durante un año para aumentar el conocimiento profesional sobre la gestión de las PYME y crear una relación entre los participantes. Los talleres están dirigidos por asesores que pueden ser directivos de grandes empresas o expertos del Ministerio de Economía y Transporte. Las exposiciones son realizadas por expertos del ministerio, de cámaras de industria y comercio, y de Euro Info Centres (EIC), y también por expertos de la Agencia Húngara de Inversiones y Desarrollo del Comercio. El tema del taller mensual puede ser seleccionado por el equipo de PYME. El Ministerio de Economía y Transporte y las cámaras regionales de industria y comercio proporcionan conjuntamente asistencia financiera. Estas sesiones ofrecen a las PYME la posibilidad de establecer relaciones cooperativas mutuas, particularmente en términos de exportaciones comunes a terceros mercados.

Grupo destinatario

PYME con más de 10 empleados y un volumen de negocios anual de 150 000 euros. Las PYME seleccionadas no pueden ser empresas internacionales, pero deben ser capaces de desarrollar una presencia internacional o ser subcontratistas, o tener el potencial para serlo.

Resultados esperados o logrados

Mejorar los conocimientos empresariales y de gestión moderna de las PYME y aumentar simultáneamente la capacidad de las PYME locales de exportar a través del intercambio de experiencias, el establecimiento de redes empresariales y de relaciones entre las PYME y las grandes empresas, y entre las PYME entre sí.

Información adicional

<http://www.gkm.hu/>
<http://www.itd.hu/>
<http://www.plato.hu/>
<http://www.mkik.hu/>

Persona de contacto

Julia Zeiler
Chief Advisor, Business
Environment Development
Department
Ministry of Economy and Transport
Margit körút. 85
H-1024 Budapest
Tel. (36-1) 336 77 06
Fax (36-1) 336 74 26
E-mail:
zeiler.julianna@gkm.gov.hu



6. APOYO A LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LOS SERVICIOS

A pesar de que más de las tres cuartas partes del producto nacional bruto europeo corresponden a los sectores de servicios, la mayoría de los programas de apoyo a la internacionalización se centran explícitamente o por defecto en los sectores productivos.

Es evidente que los servicios presentan algunas particularidades que los distinguen de los productos y pueden hacerlos más difíciles a la hora de internacionalizarse, pero hay una falta notable de programas centrados específicamente en el apoyo a los sectores de servicios. Esto puede ser explicado en parte por la falta de experiencia o de conocimientos especializados de la mayoría de las agencias de promoción del comercio en el ámbito del apoyo a la internacionalización de los servicios.

Sin embargo, en este ámbito se produce el mayor potencial de crecimiento, y actuaciones en ese campo permitirían obtener mayores beneficios por cada euro invertido: el comercio de servicios está creciendo sustancialmente, más rápidamente que el comercio de productos en los últimos años, tendencia que continuará en el futuro.

A nivel europeo, la aplicación integral en 2009 de la Directiva sobre servicios aumentará el número de oportunidades y de competidores en un futuro próximo.

En la siguiente sección presentamos dos prácticas que apoyan la exportación de servicios y que pueden inspirar el desarrollo de programas similares o complementarios de apoyo a la internacionalización de servicios.

PIPEnet

Tema, objetivo y zona geográfica donde es aplicable

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

Breve descripción de la práctica

La medida ha sido desarrollada y está dirigida por el Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) con el apoyo financiero de la Comisión Europea (cofinanciación). Proporciona un plan estratégico realizado a medida para cada una de las empresas participantes, estructurado mediante reuniones con la empresa realizadas por una consultora especializada y líder en el mercado. El plan incluye dos fases de investigación: la primera analiza la situación de las nuevas tecnologías en los países objetivo de la empresa, y la segunda analiza a empresas de referencia en el sector y su posición en Internet. También contempla las necesidades de la empresa referentes a las tecnologías, al presupuesto y al personal.

Durante el primer año posterior a la entrega del informe final a la empresa, la empresa consultora está a disposición de la PYME para ofrecerles la asistencia técnica en relación con el plan.

Las empresas participantes pagan el 20 % del coste del servicio de asesoría personalizado y el ICEX financia el 80 % restante, hasta un total de 6 000 euros por empresa.

Grupo destinatario

PYME de todos los sectores, incluidos los servicios, y de todas las regiones de España que exporten menos del 30 % de su facturación. Programa dirigido a empresas que previamente han realizado el programa PIPE.

Resultados esperados o logrados

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

Información adicional

<http://www.portalpipe.com/>

Testimonio

Julio Gabriel Esteban, Director de Exportación, NIKAI

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

Creyconfe, Madrid

«Ha sido una experiencia notable para la empresa. Nos ayudará a aprovechar Internet más eficientemente [...]. Estamos mejorando actualmente nuestra página web Internet con el nuevo contenido. En un futuro próximo planeamos implementar herramientas B2B.»

Persona de contacto

Mar Castro

Directora de Iniciación a la Exportación y Nuevos Proyectos

ICEX - Instituto Español de Comercio Exterior
Paseo de la Castellana, 18,
5.ª planta
E-28046 Madrid

Tel. (34) 913 49 63 35

Fax (34) 913 49 06 86

E-mail: mar.castro@icex.es

Persona de contacto

Gianpaolo Gansi
Direttore dei Servizi
Azienda Speciale della Camera
di Commercio
Enterprise Europe Network
Via Por Santa Maria —
Palazzo Borsa Merci
I-50122 Firenze
Tel. (39) 05 52 67 16 48
Fax (39) 05 52 67 14 04
E-mail:
gianpaolo.gansi@promofirenze.com

Difusión de servicios especializados en estructuras extranjeras

Tema, objetivo y zona geográfica donde es aplicable

Creación de una red de contactos profesionales extranjeros, fundamentalmente de organizaciones de apoyo a la PYME, para tratar de la manera más eficaz las peticiones de las PYME europeas relativas a proyectos de internacionalización. Esta medida es aplicable en toda Italia.

Breve descripción de la práctica

Los resultados han mostrado que, creando esta red importante de expertos, se promueve la actitud de exportar servicios orientados al cliente y también se transfieren los nuevos modelos, las sugerencias y las buenas prácticas de los demás socios del grupo.

Los conocimientos del grupo de establecimiento de redes han aumentado la calidad de los servicios y han orientado los esfuerzos hacia la satisfacción de cliente. Por otra parte, esta metodología de internacionalización ha formado al personal de cada socio de la red.

Grupo destinatario

Organizaciones cualificadas, cámaras de comercio italianas o locales, oficinas de la Comisión Italiana de Comercio, Enterprise Europe Network, expertos locales, asesorías privadas y asociaciones cuya misión sea proporcionar servicios especializados a las PYME.

Resultados esperados o logrados

En los últimos cuatro años, los servicios operativos han servido de modelo a menudo a otras cámaras y estructuras nacionales y extranjeras, lo que ha producido una exportación/internacionalización de los servicios.

Actualmente, esta red de expertos está integrada por 9 oficinas directas en el extranjero, 19 cámaras italianas de comercio y 13 asesores cualificados en diversos sectores en los mercados objetivo, más algunos de los socios de la Enterprise Europe Network.

Información adicional

Una vez al año, los socios extranjeros que participan en los servicios (oficinas directas, expertos locales, asesorías privadas, cámaras de comercio, Enterprise Europe Network, etc.) se reúnen en un congreso. Se utiliza esta oportunidad para discutir nuevos sistemas para la realización de servicios en favor de las PYME.

Información adicional

<http://www.promofirenze.com/>

Testimonio

Beatrice Tenca, Secretaria General de la Cámara Italo-Polaca de Comercio e Industria

«[...] fruto de la colaboración con Promofirenze y del desarrollo de los servicios previstos por los servicios especializados para la internacionalización, hemos ayudado a varias empresas italianas a introducirse de forma estable en el mercado. El éxito de este servicio de ayuda nos permitió conseguir buenos resultados para nuestras empresas y ampliar a escala europea el planteamiento de los “servicios a medida”, cada vez más útil para proporcionar servicios personalizados.»



7. UTILIZACIÓN DE LA INTERNACIONALIZACIÓN PARA AUMENTAR LA COMPETITIVIDAD

Estudios recientes han mostrado definitivamente que las PYME internacionalizadas presentan mejores resultados que las empresas no internacionalizadas, lo que demuestra una relación directa entre la internacionalización y la competitividad. Estos estudios presentaban un importante sesgo al entender la internacionalización solo como exportaciones, cuando otras formas de internacionalización también pueden resultar un instrumento muy valioso para aumentar la competitividad de la economía local.

Ayudar a las empresas a externalizar algunas actividades de escaso valor o no fundamentales, o ayudarlas a encontrar otros proveedores más baratos, no solamente mejorará la posición competitiva de la empresa sino que también puede significar la viabilidad a largo plazo de esta y de sus puestos de trabajo en la economía local. Este asunto solo adquirirá mayor importancia a medida que progrese la globalización.

Otras formas de apoyo podrían consistir en buscar y facilitar la importación de tecnología extranjera o de expertos extranjeros o, en políticas generales que se centran directa y específicamente en aumentar la competitividad de las empresas locales, que podría proporcionar soluciones valiosas particularmente en aquellos sectores o regiones con entornos sumamente competitivos.

Esto supone una ruptura sustancial con respecto a las actividades y competencias tradicionales de la mayoría de las autoridades y de los organismos de promoción del comercio, pero algunos están empezando a investigar al respecto y a arrojar algo de luz sobre posibles vías. En esta sección se presentan tres casos de este tipo.

«Move or stay and improve» — Herramienta para el cálculo rentable de la internacionalización de las PYME

Tema, objetivo y zona geográfica donde es aplicable

Esta medida aspira a dar a las PYME una información más detallada sobre más variables que solo el coste de la mano de obra en otros países para adoptar decisiones más seguras en las actividades empresariales internacionales. Empresas manufactureras de toda Suecia han utilizado esta herramienta de cálculo en combinación con los servicios de asesoría.

Breve descripción de la práctica

«Move or stay and improve» fue creado por la Agencia de Desarrollo ALMI y ha formado a 35 asesores sobre cómo utilizar la herramienta. Es una herramienta informática en la que el informe de resultados y el balance de las PYME constituyen los documentos básicos. Se cumplimentan las cifras correspondientes a 18 factores distintos para comparar la situación en 10 países diferentes. En el cálculo es posible ver cómo los ingresos de la empresa cambiarán si trasladan las actividades empresariales a diversos países. Se está desarrollando actualmente la herramienta para simular diversas actividades de mejora si la empresa elige permanecer en el país y ver qué efecto estas actividades deberían surtir en los ingresos de la empresa. Cada año se actualizan las cifras de la herramienta.

Esta herramienta hace que las empresas trabajen con su productividad en vez de trasladar la producción, lo que refuerza la dimensión europea porque se anima a las empresas a pensar en formas de cooperar con empresas europeas en vez de centrarse en la producción en Asia.

Grupo destinatario

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

Resultados esperados o logrados

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

Se han realizado un total de 128 actuaciones para informar al público sobre la herramienta.

Testimonio

«Tenemos ahora una excelente base de decisión para emprender la próxima fase de nuestro desarrollo.»

«Esta debería ser una herramienta útil para muchas empresas, incluso si no piensan trasladar su producción.»

Persona de contacto

Björn Olanders
ALMI Development Agency
E-mail: bjorn.olanders@almi.se

Ulla Rolf
Enterprise Europe Network ALMI
Box 1501
S-351 15 Växjö
E-mail: ulla.rolf@almi.se

Contratos de investigación y desarrollo industriales (IRDC)

Tema, objetivo y zona geográfica donde es aplicable

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

Breve descripción de la práctica

Hay una conciencia internacional cada vez mayor del gran potencial empresarial que radica en una estrecha colaboración entre un proveedor y un gran cliente exigente con un interés común: desarrollar un producto o un servicio nuevo y único.

Un contrato de investigación y desarrollo industriales (IRDC) es un acuerdo obligatorio entre dos o más empresas para cooperar en el desarrollo de un nuevo producto, proceso o servicio de vanguardia. El cliente debe ser un líder de mercado, profesionalmente reconocido y con un amplio acceso al mercado. Las partes mismas definirán el contenido de tal manera que obtengan el máximo beneficio del plan de apoyo. Un contrato IRD puede solamente concederse a proyectos de un nivel excepcional de innovación y creación de valor, gran adicionalidad y potencial de mercado claramente definido.

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

Grupo destinatario

PYME con clientes nacionales o extranjeros.

Resultados esperados o logrados

Una evaluación realizada en 2007, basada en más de 1 200 proyectos financiados en el período 1995-2005, mostró que el 44 % de los proyectos fueron éxitos comerciales. Solamente el 12 % de los proyectos no funcionaron. Las empresas con un personal altamente formado, una estrategia de innovación y socios internacionales fueron las que cosecharon los mayores éxitos. Los proyectos han creado un volumen de negocios y exportaciones sustanciales equivalentes por lo menos a las subvenciones totales durante los últimos 10 años (más de 1 400 millones de coronas noruegas en 1995-2005). Se considera que los IRDC son uno de los sistemas más acertados de apoyo de Innovation Norway, que fomentan al mismo tiempo tanto la innovación como la internacionalización.

Información adicional

<http://www.innovasjon norge.no/>

Persona de contacto

Per Niederbach

Director

Innovation Norway

Tel. (47) 22 00 25 00

Fax (47) 22 00 25 01

E-mail: per.niederbach@invanor.no

Sistema de subvenciones para apoyar la internacionalización empresarial a través de certificados de producto

Tema, objetivo y zona geográfica donde es aplicable

El sistema se introdujo después de que un cuestionario enviado a las empresas exportadoras mostrara que los certificados de producto pueden constituir un auténtico obstáculo para acceder a un nuevo mercado. Esto se aplica especialmente a países como Belarús, Rusia y Ucrania que son mercados de exportación tradicionales para las empresas polacas.

Breve descripción de la práctica

La empresa puede solicitar una subvención para cubrir el 50 % del coste de obtener un certificado de producto requerido por las normas del mercado de exportación en cuestión. Esto no cubre ni los certificados requeridos por la normativa sobre el mercado único ni los certificados de proceso.

La empresa tiene que financiar el precio íntegro del proceso antes de recibir una subvención, que cubre solamente el 50 % de los costes del proceso de certificación. Después de la firma del acuerdo de subvención y de llevar a cabo la totalidad del procedimiento para elaborar y obtener el certificado, el Ministerio reembolsa a la empresa el 50 % de la factura total. El volumen de la subvención se limita a aproximadamente 13 000 euros por empresa y por año, y se basa en la norma *de minimis* de concesión de ayuda pública de la UE.

Los siguientes costes de obtener un certificado o de prorrogar su validez están cubiertos por el sistema:

- asesoramiento relacionado con la obtención del certificado;
- elaboración y traducción de documentos técnicos requeridos por el organismo de certificación;
- transporte y seguro de muestras y documentos técnicos enviados al organismo de certificación;
- procedimiento de certificación;
- obtención y expedición del certificado.

Grupo destinatario

PYME que desean invertir en nuevos mercados para sus productos cuando esos mercados requieren certificados de producto específicos.

Resultados esperados o logrados

Número de acuerdos de subvención firmados: 370 desde 2002.

Persona de contacto

Dr. Igor J. Mitroczuk
Support Instruments Department
Ministry of Economy
Pl. Trzech Krzyży 3/5
PL-00-507 Warszawa
Tel. (48-22) 693 53 44
E-mail: igor.mitroczuk@mg.gov.pl



8. APOYO PERSONALIZADO

Muchos programas de internacionalización responden a una necesidad o evento específicos, es decir, apoyan o solucionan un problema muy específico relacionado con la internacionalización, tal como apoyar la participación de empresas locales en ferias extranjeras. Muchos son fundamentalmente una subvención, consistente exclusivamente en el suministro de ayuda financiera. En la mayoría de los casos, el apoyo no está segmentado y muy raramente se ajusta a las necesidades específicas del beneficiario.

Sin embargo, la estructura de cada PYME es diferente; operan en sectores diversos y presentan problemas muy específicos. Sobre todo, pueden hallarse en etapas muy distintas de la internacionalización y, por lo tanto, mostrar necesidades, desafíos y riesgos diferentes. Los programas de apoyo a la internacionalización deberían adaptarse a la realidad específica de cada PYME y ofrecer una «vía para la internacionalización» personalizada para cada PYME participante.

Este tipo de programa implica generalmente un compromiso a largo plazo, que puede a veces ir más allá de un año. Pese a ello, o posiblemente a causa de esto, las encuestas realizadas entre las PYME muestran que los niveles de satisfacción y eficiencia de estos programas son altos y aumentan considerablemente la posibilidad de que las PYME serán capaces de participar en la internacionalización a largo plazo.

Este apoyo personalizado es de gran ayuda para las empresas que están considerando la internacionalización por primera vez. Estos programas tienden a empezar por un análisis integral y estratégico de la empresa en el que se considera a la PYME como un conjunto, y posteriormente intentan abordar los elementos específicos que pueden requerirse para el desarrollo de una estrategia de internacionalización sostenible y a largo plazo.

Varias organizaciones europeas ofrecen ya estos programas integrados y consolidados de internacionalización de las PYME (generalmente centrados en la exportación). A continuación se presentan cuatro de estos programas.

First flight

Tema, objetivo y zona geográfica donde es aplicable

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

Breve descripción de la práctica

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

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

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

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

Grupo destinatario

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

Resultados esperados o logrados

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

Información adicional

<http://www.enterprise-ireland.com/>

Persona de contacto

Neil Cooney
Policy Division
Enterprise Ireland
Glasnevin
Dublin 9
Irlanda
Tel. (353-1) 808 20 00
Fax (353-1) 808 20 20
E-mail:
neil.cooney@enterprise-ireland.com

Programa de incubación

Tema, objetivo y zona geográfica donde es aplicable

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

Breve descripción de la práctica

El Servicio de Asistencia de Especialistas (SAS) tiene por objetivo proporcionar una ayuda adaptada completamente a las necesidades del cliente: búsqueda de clientes, selección de socios, análisis de mercado y de competitividad.

El Servicio de Incubación para la Internacionalización (SIPI) tiene como meta apoyar a las PYME que no pueden costearse el desafío de la internacionalización.

Los servicios ofrecen compartir los riesgos y los éxitos. En especial, aspiran a actuar como «incubadora temporal» desarrollando las ventas de las empresas en el mercado objetivo.

Existe un acuerdo de cooperación con asociaciones nacionales de directivos con el objetivo de formar expertos o tutores bien preparados.

Grupo destinatario

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

Resultados esperados o logrados

Desde que los servicios empezaron a funcionar, se ha prestado servicios de internacionalización a 261 empresas: 249 SAS, 10 SIPI y se prestó asistencia a dos asociaciones de directivos.

Información adicional

<http://www.promofirenze.com/>

Testimonio

Barbara Calvani, Directora de Exportación, Centerglass Line, spa

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

Persona de contacto

Gianpaolo Gansi
Direttore dei Servizi
Azienda Speciale della Camera di Commercio
Enterprise Europe Network
Via Por Santa Maria —
Palazzo Borsa Merci
I-50122 Firenze
Tel. (39) 05 52 67 16 48
Fax (39) 05 52 67 14 04
E-mail:
gianpaolo.gansi@promofirenze.com

Persona de contacto

Anne Woodward
Head Trade Development
and Services
UK Trade and Investment
Kingsgate House
66-74 Victoria Street
London SW1E 6SW
United Kingdom
Tel. (44-20) 72 15 84 63
E-mail: anne.woodward@
uktradeinvest.gov.uk

Passport to export

Tema, objetivo y zona geográfica donde es aplicable

El programa se introdujo a raíz de las recomendaciones del estudio encargado por UK Trade and Investment (UKTI) para identificar las carencias de nuestro apoyo a las PYME sin experiencia en exportación. Esta práctica es aplicable en Inglaterra.

Breve descripción de la práctica

La realización de «Passport to export» a nivel local corresponde a consejeros de comercio internacional (ITA) con experiencia en el sector privado presentes en las regiones inglesas. La puesta en práctica varía de una región a otra, pero incluye un diagnóstico basado en tecnologías informáticas que determina las principales carencias comerciales de una empresa, así como asesoramiento especializado a medida proporcionado por los ITA, un plan de acción consensuado y creado a partir del diagnóstico, asistencia relativa a la formación y asesoramiento adaptado a las necesidades, y ayuda para la preparación de visitas al mercado. Se incluye asesoramiento gratuito de un máximo de tres oficinas de UKTI en el extranjero y asesoramiento sobre otros servicios de UKTI, en su caso. También puede disponerse de una pequeña cantidad de financiación de contrapartida para las actividades acordadas en el plan de acción. Ello puede incluir servicios no gubernamentales, si procede.

Para asegurar la calidad y la integridad de la prestación, cada seis meses se realiza una auditoría en la que se examinan pruebas de las acciones en relación con una muestra de empresas en diversas etapas del programa.

Grupo destinatario

Empresas cuyas exportaciones proactivas no superen el 10 % del volumen de negocios y cuyas exportaciones proactivas y reactivas combinadas no sean superiores al 25 % de su volumen de negocios. PYME con un fuerte componente de I+D, de entre uno y cinco años de antigüedad, que pueden haberse internacionalizado desde su inicio y que, por tanto, no cumplen el criterio de carecer de experiencia en exportación.

Las empresas pueden pertenecer a cualquier sector, incluido el de los servicios. Sin embargo, procuramos que nuestros ITA capten una gran proporción de empresas innovadoras para el programa.

Resultados esperados o logrados

Casi 10 000 PYME han participado o participan en el programa desde noviembre de 2001.

«Passport to export» puede medirse y evaluarse mediante el sistema de gestión de la incidencia en los resultados («Performance impact management system» o PIMS). Los resultados para abril/junio de 2007 son:

- | | |
|-----------------------------|---------------------------|
| • Calidad | 91 % |
| • Satisfacción global | 87 % |
| • Cambio del comportamiento | 77 % |
| • Aumento de I+D | 14 % |
| • Superación de obstáculos | 73 % |
| • Beneficio calculado: | 244 000 libras esterlinas |

Información adicional

<https://www.uktradeinvest.gov.uk/> («our services», «support to succeed»)

Testimonio

Ian Campbell, Director de Desarrollo de Actividades, Akubio

«Deseábamos vender directamente a centros científicos tanto en Europa como en Norteamérica y también queríamos hallar un posible distribuidor en Japón. «Passport to export» ha contribuido a las ventas. En los dos meses próximos venderemos nuestro nuevo producto a un cliente de la costa este de los Estados Unidos. Asimismo, dentro de poco encontraremos un distribuidor en Japón, gracias al OMIS [el servicio de información sobre mercados exteriores] de UKTI, que solicitamos a través del programa.»

PIPE

Tema, objetivo y zona geográfica donde es aplicable

PIPE proporciona asesoramiento especializado y ayuda financiera a los nuevos exportadores en España. Su objetivo es aumentar y consolidar el número de exportadores y a evitar la concentración de exportaciones en unas pocas empresas.

Breve descripción de la práctica

En la gestión del programa participan el Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX), el Consejo Superior de Cámaras las 87 Cámaras de Comercio españolas, los 17 gobiernos autonómicos y la Comisión Europea.

Cualquier PYME que desee exportar puede obtener todo el apoyo necesario para empezar sus actividades en el extranjero a través de este programa. La empresa recibirá el apoyo de las instituciones españolas de promoción en el exterior (las organizaciones responsables antes mencionadas) y el asesoramiento a medida de un consultor externo especializado. Entre los servicios proporcionados cabe mencionar los siguientes:

- una ayuda financiera que cubre el 80 % de los gastos de promoción exterior durante los dos años del programa;
- asesoramiento individualizado y especializado, realizado por consultores externos;
- toda una batería de servicios diseñados especialmente para las PYME, como traducción, seguros, servicios financieros, apoyo tecnológico, información, formación y promoción.

El programa está estructurado en tres etapas y su duración total es de dos años:

- autodiagnóstico de posición competitiva y del potencial de internacionalización (de dos a tres semanas);
- diseño del plan de internacionalización e investigación del mercado (de tres a cuatro meses; 30 horas de consultoría individual);
- puesta en práctica de un plan de internacionalización (de 20 a 21 meses; de 70 a 100 horas de consultoría individual), más la incorporación a la empresa de un joven universitario para poner en marcha el departamento de exportación.

Una vez que se han completado las tres etapas y las PYME participantes han empezado a exportar, PIPE les ofrece un programa de seguimiento a fin de garantizar su consolidación como exportadoras habituales.

Grupo destinatario

Está dirigido a empresas de todos los sectores, incluido los sectores de los servicios. Solamente para las PYME que exportan menos de un 30 % de su volumen de negocios.

Resultados esperados o logrados

El objetivo inicial consistía en convertir a 2 000 PYME españolas en exportadoras habituales antes de finales del año 2000, lo que se consiguió. El segundo objetivo fue aumentar este número hasta 4 500 PYME españolas antes de finales del año 2006, lo que también se cumplió; 4 994 empresas se han beneficiado del programa desde 1998. El nuevo reto son 3 500 exportadores adicionales antes del año 2013 por término medio. En las empresas participantes, las exportaciones aumentaron un 71,1 %; los ingresos totales, un 24,8 %; y el personal, un 13,5 %.

Información adicional

<http://www.portalpipe.com/>

Testimonio

José Ignacio Miguel Pampliega, Director General, Lyssolen

«El programa para nuevos exportadores (PIPE) ilustra la importancia de la empresa en su conjunto como parte del proceso de exportación.»

Alfonso Schlegel, Director General, Bodegas Viña Extremaña

«En la vida, el éxito se basa no solamente en el esfuerzo que uno hace para que las cosas funcionen. Es esencial planificar para tener éxito. El programa para nuevos exportadores (PIPE) nos ayudó a aclarar ideas, a diseñar estrategias y a centrarnos en las prioridades de la exportación.»

Javier Domínguez, Director General, JOLCA

«Hemos decidido participar en la etapa de seguimiento del programa para consolidar nuestra estrategia de exportación en mercados clave: creemos que ya es el momento de que la empresa se introduzca en los Estados Unidos y en algunos países asiáticos.»

Persona de contacto

Mar Castro

Directora de Iniciación a la Exportación y Nuevos Proyectos

ICEX - Instituto Español de Comercio Exterior
Paseo de la Castellana, 18,
5.ª planta
E-28046 Madrid

Tel. (34) 913 49 63 35

Fax (34) 913 49 06 86

E-mail: mar.castro@icex.es



9. ZONAS FRONTERIZAS Y COOPERACIÓN TRANSFRONTERIZA

Dentro de la Unión Europea hay 14 200 km de fronteras internas. Incluso si definiéramos las regiones fronterizas como la zona que abarca solo 25 km de la frontera real, ello aún representaría más de 710 000 kilómetros cuadrados (dos veces el tamaño de Alemania).

Las empresas tienden a autolimitar su mercado potencial, sus proveedores, sus socios de colaboración potenciales, etc., a su zona nacional o a veces hasta regional, incluso si esas empresas están establecidas en la frontera misma. Este límite autoimpuesto reduce el potencial de la empresa y afecta particularmente a empresas muy pequeñas y aquellas del sector de los servicios y de la artesanía. Pensar más allá de las fronteras significa abrir las puertas a nuevos clientes, a nuevos proveedores, a nuevas tecnologías y a nuevas actividades de cooperación: posiblemente, el mejor apoyo a la continuidad futura de las PYME. Las zonas fronterizas pueden y deben producir más «apóstoles de la internacionalización».

La aplicación integral de la Directiva sobre servicios, prevista para diciembre de 2009, realzará aún más este asunto.

Algunas autoridades ya están adoptando un papel proactivo a la hora de promover una mayor participación de las PYME a través de las fronteras. El programa «Österreich Service» de la Cámara de la Artesanía de Múnich ayuda a las PYME locales a cumplir la normativa y las formalidades austríacas para proporcionar servicios transfronterizos.

Otros programas promueven una mayor cooperación interregional entre las PYME a ambos (o varios) lados de la frontera. Estos programas son un ejemplo de la cooperación internacional de las PYME y también de la cooperación entre las autoridades. En las siguientes páginas se presentan cuatro de estos ejemplos.

Marketplace Baltic Region

Tema, objetivo y zona geográfica donde es aplicable

A fin de promover y facilitar el comercio en la región del Mar Báltico se creó un foco comercial para proporcionar información sobre mercados y normas comerciales de Suecia y que facilitó la búsqueda de información sobre empresas.

Breve descripción de la práctica

El Consejo Comercial sueco fue designado por el Gobierno sueco para crear Marketplace Baltic Region a fin de promover y facilitar el comercio en la región. Se subcontrató a su vez a la Asociación de Cámaras de Comercio e Industria suecas con el objeto de contribuir a facilitar las importaciones suecas de la región del Mar Báltico.

Para lograr este objetivo, la Asociación de Cámaras de Comercio e Industria suecas crearon un servicio de asistencia gratuita para proporcionar asesoramiento cualificado, información sobre el mercado y contestar a preguntas directas relacionadas con las normas y procedimientos suecos de importación. Además, el servicio de asistencia facilitó la búsqueda de información sobre empresas a través de la relación directa entre empresas (en caso de ser posible), proporcionando listas de importadores suecos, o mediante una base de datos a medida (Chamber Trade) en la que los comerciantes podían registrarse y publicar propuestas de actividades empresariales así como buscar socios comerciales potenciales.

El segundo pilar de Marketplace Baltic Region, gestionado fundamentalmente por el Consejo Comercial sueco, ofrecía apoyo principalmente a las PYME suecas que deseaban estar presentes en la región del Mar Báltico, lo que se realizó proporcionando asesoramiento empresarial y asistencia práctica por parte de las oficinas regionales del Consejo en los países socios.

Grupo destinatario

Las PYME de Estonia, Kaliningrado, Letonia, Lituania, Polonia, Rusia, Suecia y Ucrania.

Resultados esperados o logrados

Cada año, el servicio de asistencia distribuye aproximadamente 400 listas con información de contacto de importadores suecos, responde a aproximadamente 80 solicitudes de información detallada y a 70 solicitudes de información menos detallada sobre actividades empresariales.

Información adicional

<http://www.chambertrade.com/>

<http://www.balticsea.swedishtrade.se/english/index.asp>

Persona de contacto

Marcus Hellqvist

Stockholm Chamber of Commerce

Västra Trädgårdsgatan 9

Box 16050

S-103 21 Stockholm

Tel. (46-8) 55 51 00 28

E-mail:

marcus.hellqvist@chamber.se

Red transnacional — Artesanía en la Gran Región

Tema, objetivo y zona geográfica donde es aplicable

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

Breve descripción de la práctica

La localización geográfica de la Gran Región abarca los territorios alemán, luxemburgués, belga y francés y es adyacente a otras a dos regiones fronterizas importantes: una está formada por Maastricht (Países Bajos), Renania del Norte-Westfalia y la provincia de Lieja; la otra incluye Alsacia, Baden-Württemberg y Basilea (Suiza). Esta amplia variedad representa un desafío comercial y en el ámbito específico de la competencia para las empresas de artesanía. Los empresarios tienen que adaptarse a dificultades administrativas, jurídicas, técnicas, lingüísticas y culturales que forman parte de cada ramo del sector de la artesanía.

Este proyecto, mediante un concepto integral, utiliza las modernas tecnologías de la comunicación para desarrollar una «red de información y asesoramiento».

Con este fin se han diseñado un CD-ROM y un sitio web para la artesanía en la Gran Región. En ellos figuran los procedimientos, normas y formularios de solicitud que las empresas de la artesanía deben conocer en los subsectores específicos para acceder a los mercados transfronterizos previamente mencionados. Áreas principales:

- Desarrollo de un «método de diagnóstico» común para que las Cámaras de Oficios suministren información a las empresas, basada en un asesoramiento individual y relacionado con una red.
- Realización campañas de sensibilización a través de «foros de intercambio» temáticos.
- Utilización de un sistema de acompañamiento para el seguimiento de empresas con experiencia transfronteriza (encuestas estructurales y encuestas cíclicas comparativas).
- Presentación estructurada y sucinta de la información temática relacionada con la artesanía en la Gran Región.

Grupo destinatario

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

Información adicional

<http://www.cicm-irh.eu/>

<http://www.artisanat-gr.eu/>

<http://www.handwerk-gr.eu/>

información disponible tanto en alemán como en francés

CD-ROM: «Transnational markets — Skilled crafts without borders»,

Persona de contacto

Marc Gross

Conseil Interrégional des Chambres
des Métiers Saar-Lor-Lux

2, circuit FIL

L-1347 Luxembourg

E-mail: marc.gross@cdm.lu

Christiane Bram

Enterprise Europe Network/PME

Chambre des Métiers

2, circuit FIL

L-1347 Luxembourg

E-mail: christiane.bram@cdm.lu

Plataforma Econet: Cooperación empresarial para las PYME austríacas, checas y eslovacas en el triángulo Viena-Brno-Bratislava

Tema, objetivo y zona geográfica donde es aplicable

El objetivo del programa de Interreg IIIA Austria-Eslovaquia y Austria-República Checa es mejorar la situación de las PYME en las regiones fronterizas suministrando o incrementando la información, el asesoramiento, las medidas de formación, el establecimiento de redes y la cooperación de carácter transfronterizo. Las zonas participantes son: Viena y Baja Austria (Austria), Moravia Meridional y Brno (República Checa), y Bratislava y Trnava (Eslovaquia).

Breve descripción de la práctica

La plataforma Econet es un proyecto de Interreg IIIA en Austria, la República Checa y Eslovaquia para estimular la innovación y la competitividad en la zona a través de una intensa cooperación empresarial.

Tipo de medidas:

- clubs de empresas en Austria, la República Checa y Eslovaquia;
- plataforma de cooperación en Internet (<http://www.econet-platform.at/>);
- seminarios sobre el entorno empresarial y las prácticas en la región;
- asesoramiento para las PYME y estudios empresariales;
- días de consulta con los consejeros comerciales de Austria, la República Checa y Eslovaquia;
- reuniones de cooperación empresarial en Austria, la República Checa y Eslovaquia;
- presentación de la empresa en el sitio web (<http://www.econet-platform.at/>).

Grupo destinatario

Las PYME de las regiones fronterizas austríacas, checas y eslovacas; especialmente:

- las PYME innovadoras e incipientes en las áreas de la fabricación, los servicios industriales y la investigación en el campo de nuevas tecnologías;
- directivas de empresa de la zona abarcada por el proyecto;
- empresas de comercio y exportadores/importadores;
- asesores.

Resultados esperados o logrados

Más de 1 800 miembros registrados, más de 3 900 participantes en clubs de empresas, seminarios, días de consulta y reuniones de cooperación. Todas las actividades están sujetas a la evaluación por parte de las empresas mediante cuestionarios.

Información adicional

<http://www.advantageaustria.org/>

<http://www.econet-platform.at/>

Testimonio

Thomas Berger, CheckPoint Unternehmens & Finanzierungsberatungs GmbH, Viena

«Incluso como pequeña empresa se puede ampliar con éxito el alcance de las actividades empresariales en un mercado transfronterizo. Para ello, puede necesitar a alguien que comparta su experiencia y conocimientos del nuevo mercado y que ayude a establecer los primeros contactos empresariales. La plataforma Econet se ha revelado como la red ideal para facilitar la internacionalización de nuestra empresa, asegurándonos de que no corriamos riesgos incontrolables.»

Persona de contacto

Herbert Stemper

Wirtschaftskammer Österreich/
Austrian Federal Economic
Chamber

WIFI International Network (WIN)
Wiedner Hauptstraße 63
A-1045 Wien

Tel. (43-5) 909 00 45 55

Fax (43-5) 909 00 11 45 55

E-mail: herbert.stemper@wko.at

Red de competencias Países Bajos/Renania del Norte-Westfalia INTER-NED

Tema, objetivo y zona geográfica donde es aplicable

Información completa y asesoramiento para PYME alemanas y neerlandesas a fin de apoyar las relaciones empresariales de comercio exterior de tipo transfronterizo.

Breve descripción de la práctica

El proyecto conecta a aproximadamente 20 cámaras, organizaciones de desarrollo empresarial, centros tecnológicos y universidades a ambos lados de la frontera, uniendo sus conocimientos especializados y haciéndolos utilizables para la expansión de los contactos empresariales. Se han desarrollado varios instrumentos para apoyar las actividades de comercio exterior de las PYME en las zonas transfronterizas de Alemania y los Países Bajos:

- una plataforma *on line* con la información bilingüe completa de varias organizaciones dedicadas a las PYME;
- conferencias de información;
- formación para los asesores de las organizaciones socias;
- puesta en común de conocimientos con información de expertos en las dos lenguas destinada a las PYME;
- boletín bilingüe con la información empresarial del país vecino dirigida a las PYME;
- centro de asesoramiento para asuntos relativos a las empresas neerlandesas o alemanas en el que las empresas obtienen respuestas gratuitas a sus preguntas específicas.

Las ventajas principales para los participantes son:

- información actualizada y profesional en la página web;
- conferencias de información relacionadas con la práctica;
- mejora de la imagen de las instituciones participantes con respecto a sus miembros;
- eliminación de la necesidad de asesores gracias al servicio ofrecido por la página web;
- ventanilla única para informar integralmente a las empresas y para las instituciones participantes.

Grupo destinatario

Las PYME y autónomos alemanes y neerlandeses.

Resultados esperados o logrados

- Se han publicado alrededor de 800 artículos profesionales en la plataforma *on line*.
- Número cada vez mayor de visitas cualificadas a la página web (alrededor de 110 000 en 2006).
- Constante aumento de las solicitudes de asesoramiento dirigidas al punto de contacto central (alrededor de 360 en 2006); también unas 100 solicitudes dirigidas a los socios del proyecto.
- Participación muy buena de las PYME en 25 conferencias de información.

Información adicional

<http://www.inter-ned.info/>

Testimonio

Alfred Marx, MEM Maschinenbau GmbH, Ahaus-Ottenstein

«Desde hace 15 años realizo actividades empresariales con los Países Bajos. Se requiere paciencia y resistencia, pero también es preciso disponer de información fiable sobre el país y el mercado. En varias ocasiones la red de competencias de NL/NRW me ha apoyado. Sobre esta base se ha desarrollado una colaboración intensa con empresas neerlandesas y, por lo tanto, me he convertido en su socio en vez de ser su cliente.»

Persona de contacto

Hildegard Bongert-Boekhout
EU-Department
Kreishandwerkerschaft Borken
Wessumer Str. 30
D-48683 Ahaus
Tel. (49-2561) 939 80
Fax (49-2561) 93 98 19
E-mail: h.bongert@kh-borken.net

Comisión Europea

Apoyo a la internacionalización de las PYME — Selección de buenas prácticas

Luxemburgo: Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas

2008 — 44 pp. — 21 × 29,7 cm

ISBN 92-79-03082-5

Cómo adquirir publicaciones de la Unión Europea

Las publicaciones de la Oficina de Publicaciones que se hallan a la venta puede encontrarlas en la librería electrónica de la UE (EU-Bookshop <http://bookshop.europa.eu/>), desde donde puede efectuar su pedido a la oficina de venta que desee.

Puede solicitar una lista de nuestra red mundial de oficinas de venta al número de fax (352) 29 29-42758.

