



Plan Internacional de Promoción

Documento descriptivo

Programa Plan Internacional de Promoción

Dentro del Programa Crecimiento Inteligente FEDER 2014-2020, el Programa Plan Internacional de Promoción pone a disposición de las empresas, a través de las Cámaras de Comercio, una serie de instrumentos, actividades y ayudas de apoyo a sus procesos de internacionalización a través de las siguientes **líneas de actuación**:

- **Promoción Internacional.**
- **Sensibilización e Información.**
- **Actuaciones Especiales.**

Las actividades englobadas en las tres categorías se enmarcan dentro del **Plan Cameral de Internacionalización** que, anualmente, las Cámaras de Comercio han de elaborar y ejecutar de conformidad con lo recogido en el art. 22 de la Ley 4/2014, de 1 de abril, Básica de las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación, siguiendo las orientaciones y directrices del citado Plan Cameral.

1.1 Objetivo

El **Programa PIP**, en el marco del título de la prioridad de inversión “Apoyo a la capacidad de las Pymes para crecer en los mercados regionales, nacionales e internacionales y para implicarse en procesos de innovación” **contribuye a la consecución del objetivo específico OE030403 “Promover la internacionalización de las Pymes”**.

En este objetivo específico se persigue, en el período 2014-2020, **mejorar la base de empresas exportadoras regulares**, puesto que las empresas exportadoras muestran mayor capacidad de crecimiento y empleo y son más resistentes en los ciclos económicos adversos.

Más concretamente, el Programa **PIP tiene como objetivos principales** los siguientes, que ayudarán a la consecución del objetivo específico antes mencionado:

- Fomentar la cultura de la internacionalización como aspecto clave previo al aumento de la base exportadora española.
- Fortalecer la capacitación del capital humano en materia internacional con el fin de mejorar la competitividad exterior de la empresa española a medio plazo.
- Facilitar información a las empresas para un mejor desarrollo de sus procesos de internacionalización.
- Facilitar la salida al exterior de la empresa española.
- Apoyar la mejora de la posición de la empresa y su competitividad a través de la internacionalización.
- Contribuir al aumento de la base exportadora española y favorecer la consolidación de un número mayor de empresas exportadoras regulares.
- Contribuir a la diversificación de los mercados de destino de las exportaciones españolas.
- Favorecer el incremento del valor añadido de las exportaciones españolas.

1.2 Contenido

El Plan Internacional de Promoción se inscribe en el Objetivo Temático 3 “Mejorar la competitividad de las Pequeñas y Medianas empresas” del Programa Operativo de Crecimiento Inteligente para el periodo de programación 2014-2020, y será financiado por el FEDER de acuerdo con las tasas establecidas en el citado Programa Operativo, en las categorías de regiones de “Transición”, “Menos desarrolladas” y “Más desarrolladas”.

Dentro del Plan Internacional de Promoción, se podrán desarrollar los siguientes tipos de actuaciones:

1.- Actuaciones de Promoción Internacional

Dentro de esta categoría se incluyen aquellas acciones que tienen como objetivo **promocionar comercialmente a nivel internacional** los productos y servicios de las empresas, facilitando a las mismas la cercanía con potenciales clientes:

Participación en ferias, misiones comerciales, misiones exposición, encuentros empresariales, misiones inversas, visitas a ferias y otras actividades de promoción comercial análogas.

- Se trata de actividades organizadas con una participación mínima de tres empresas.
- Son actividades con carácter internacional, que se pueden desarrollar tanto en los mercados exteriores como en España.

Las misiones comerciales, misiones exposición, encuentros empresariales y ferias son actividades de carácter grupal en el que las empresas se desplazan a otros países para promocionar sus productos y mantener reuniones de negocio con potenciales clientes.

Las misiones inversas son actividades que se desarrollan en España y en las que empresarios internacionales visitan nuestro país para mantener reuniones de negocio con empresarios españoles. También pueden darse misiones inversas de prescriptores internacionales de opinión que visitan una región determinada con objeto de conocer su oferta empresarial.

2.- Actuaciones de Sensibilización e Información

Dentro de esta categoría se incluyen aquellas actividades que tienen como objetivo fomentar la cultura de la internacionalización entre las empresas, así como aquellas otras que tienen como fin facilitar información a las empresas para un mejor desarrollo de sus procesos de internacionalización:

Foros, jornadas informativas, seminarios, talleres, actividades de información y análisis ...

- Se pueden desarrollar tanto en España como en el exterior.
- Pueden ser actividades tanto de carácter grupal como individual.

Se trata de acciones que incorporan en su planteamiento un enfoque internacional y que persiguen ayudar a la empresa a desarrollar su estrategia de internacionalización con mayores posibilidades de éxito.

3.- Actuaciones especiales de interés para las Pymes de una determinada demarcación cameral, autonómica o del conjunto de las CCAA.

Dentro de esta categoría se incluyen el resto de actuaciones de carácter singular que puedan surgir por motivos de oportunidad para promover la internacionalización de las regiones, por ejemplo, visitas de delegaciones extranjeras, estudios específicos, etc, igualmente se incluyen otras actuaciones puntuales que no tengan carácter de “programa” y cuyo objetivo sea mejorar la presencia y competitividad de las pymes en mercados exteriores.

Asimismo, se podrán incluir en esta categoría el desarrollo de proyectos piloto de promoción internacional, con objeto de testar el efecto de los mismos con carácter previo a su implementación general.

Las Cámaras deberán ejecutar las actividades previstas en el Programa Plan Internacional de Promoción que les sean autorizadas, mediante la oportuna comunicación de resolución (documento de establecimiento de condiciones de la ayuda (DECA)) dentro de los plazos establecidos por la Unidad de Gestión y, en todo caso, antes del cierre del Programa Operativo por parte del Fondo Europeo de Desarrollo Regional.