UNIÓN EUROPEA

INFORMACIÓN CONVOCATORIA DE MANIFESTACIONES DE INTERÉS DIRIGIDAS A LAS ENTIDADES DE LA RED DE CÁMARAS OFICIALES DE COMERCIO, INDUSTRIA, SERVICIOS Y NAVEGACIÓN DE ESPAÑA PARA EL DESARROLLO DE LOS PROGRAMAS DE APOYO A LA INTERNACIONALIZACIÓN DURANTE EL EJERCICIO 2019, COFINANCIADOS POR EL FONDO EUROPEO DE DESARROLLO REGIONAL (FEDER) EN EL MARCO 2014-20202

La Cámara de Comercio de España figura como Organismo Intermedio del Programa Operativo de Crecimiento Inteligente (POCINT), cofinanciado por FEDER 2014-2020, y como tal ha incluido actuaciones en el Objetivo Temático 3 "Mejorar la competitividad de las pymes", Prioridad de Inversión 3d "El apoyo a la capacidad de las Pyme para crecer en mercados regionales, nacionales e internacionales", Objetivo Específico OE.3.4.3. "Promover la internacionalización de las pymes"

Con cargo a la anualidad 2019, la Cámara de España tiene previsto ejecutar los siguientes programas de apoyo a la internacionalización de pymes (en el anexo se pueden consultar las fichas descriptivas de cada uno de los Programas):

- Programa **INTERNACIONAL DE PROMOCIÓN**
- Programa **XPANDE**
- Programa **XPANDE DIGITAL**
- Programa **INNOXPORT**
- Programa **GMI**

I. Objeto de la Convocatoria

El objeto de la presente convocatoria es articular la dotación de fondos a las entidades de la Red de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España para el desarrollo de los Programas de Apoyo a la Internacionalización durante el ejercicio 2019, actuaciones incluidas en el Programa Operativo Plurirregional de España FEDER 2014-2020 (POPE) cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) en el marco 2014-2020.

II. Presupuesto FEDER Disponible y Ámbito Geográfico

El presupuesto máximo disponible en la presente convocatoria, en términos de ayuda FEDER, que la Cámara de España pone a disposición de las entidades de la red cameral, en aquellas CCAA en las que existe disponibilidad de fondos, es el siguiente:

REGIÓN	Cámara	Tasa Ayuda Máxima FEDER	Presupuesto disponible 2019 (AYUDA FEDER)
Menos desarrolladas	Extremadura	80%	1.692,383,06
TOTAL REGIONES MENOS DESARROLLADAS			**1.692,383,06**
En transición	Andalucía	80%	7.995.570,45
	Canarias	85%	594.921,61
	Castilla - La Mancha	80%	668.551,19
	Murcia	80%	377.807,37
TOTAL REGIONES EN TRANSICIÓN			**9.636.850,62**
Más desarrolladas	Aragón	50%	223.493,90
	Baleares	50%	148.862,36
	Cantabria	50%	349.716,96
	Castilla y León	50%	572.112,36
	Cataluña	50%	890.493,39
	Ceuta	80%	16.687,02
	Comunidad Valenciana	50%	2.000.000,00
	Galicia	80%	1.595.244,83
	La Rioja	50%	260.300,00
	Madrid	50%	1.171.826,29
	Navarra	50%	313.184,55
	País Vasco	50%	223.375,50
TOTAL REGIONES MÁS DESARROLLADAS			**7.765.297,16**
TOTAL			**19.094.530,84 €**

Para realizar el reparto posterior de fondos entre las entidades de la red interesadas en cada Comunidad Autónoma, se tendrá en cuenta el censo de empresas por demarcación cameral, así como el grado de ejecución en la convocatoria anterior.

III. Entidades Beneficiarias y Requisitos de Participación

Podrán optar a esta dotación entidades de la Red de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España (Cámaras y Consejos Regionales). Para ello, deberán cumplir las siguientes obligaciones:

a) Cumplir con el proyecto para el que se concede.

b) Asumir la parte correspondiente de **cofinanciación nacional**.

c) Someterse a las actuaciones de comprobación que les requiriera el órgano concedente y a las de control que correspondan.

d) **Estar al corriente** en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias y frente a la Seguridad Social y no ser deudor por resolución de procedencia de reintegro.

e) **No estar incurso** en ninguna de las **prohibiciones** para obtener la condición de beneficiario señaladas en los apartados 2 y 3 del artículo 13 de la Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones.

La aportación nacional, hasta alcanzar el 100% del coste total elegible del proyecto, será aportada por las empresas participantes en el Programa y por las propias entidades beneficiarias de esta convocatoria. Éstas deberán garantizar la disponibilidad necesaria de fondos para asumir la financiación del proyecto.

IV. Presentación de Solicitudes

El **plazo** para presentar solicitudes de manifestación de interés, para las Cámaras de Comercio y los Consejos Regionales, comienza en el momento de publicación de esta convocatoria en la sede electrónica de la Cámara de Comercio de España y **finaliza el próximo día 19 de diciembre** de 2018, aceptándose todas las manifestaciones de interés recibidas en tiempo y forma.

Las solicitudes, junto con la documentación necesaria, podrán presentarse a través de la Sede Electrónica de la Cámara de Comercio de España https://sede.camara.es/.

Junto a la solicitud deberán presentarse los siguientes documentos:

- Declaración jurada del representante legal de la Cámara de Comercio/Consejo Regional según documento anexo a la convocatoria.
- Certificación positiva expedida por la Agencia Estatal de Administración Tributaria (o autorización a la Cámara de España para su consulta), de hallarse al corriente en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias o, en su defecto, declaración responsable de no estar obligado a presentarlas.
- Certificación positiva expedida por la Tesorería General de la Seguridad Social (o autorización a la Cámara de España para su consulta), de hallarse al corriente en el cumplimiento de sus obligaciones con la Seguridad Social o, en su defecto, declaración responsable de no estar obligado a presentarlas.

Los certificados a los que hacen referencia los puntos segundo y tercero deben encontrarse en vigor en el momento de presentar la solicitud. Si en el momento de emitir Resolución Positiva, cualquiera de los dos documentos hubiere caducado, desde el Área de Competitividad de la Cámara de España se requerirán de nuevo para su presentación.

En el caso de no recibir solicitud a través de la sede electrónica de la Cámara de España dentro del plazo establecido, se entenderá que la entidad cameral no está interesada en participar en el programa.

Transcurrido el plazo para presentar solicitudes, desde el Área de Competitividad de la Cámara de España se evaluará la documentación presentada, solicitando las subsanaciones que estime pertinentes, en cuyo caso se dará un plazo de diez días hábiles para la presentación de las mismas.

Una vez se cuente con el registro definitivo de solicitudes, desde la Dirección de Área se emitirá resolución positiva o negativa conforme a la evaluación de la documentación presentada, que será remitida a las Cámaras de Comercio y Consejos Regionales participantes. Al finalizar el plazo, se publicará en este mismo medio la relación de Cámaras interesadas en el Programa para el período indicado.

Asimismo, la incorporación efectiva al Programa de las entidades camerales se producirá posteriormente con la firma de los Convenios y Adendas, en el que se incluyen las condiciones económicas y particulares de participación, incluyendo presupuesto, indicadores y obligaciones que se derivan de su participación en el mismo.

La participación en los programas cofinanciados por el FEDER implica el cumplimiento de la normativa europea y nacional aplicable. No obstante, **esta manifestación de interés no supone la adquisición de compromisos concretos en la ejecución del Programa.**

ANEXO – FICHA DESCRIPTIVAS PROGRAMAS INTERNACIONAL

PROGRAMA INTERNACIONAL DE PROMOCIÓN

El Programa 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 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

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

a) 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.

b) 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.

c) 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.

PROGRAMA XPANDE

1.1 Objetivo

El Programa Xpande 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 conocimiento e 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.

Para lograr estos objetivos Xpande ofrece a las empresas participantes un **conjunto de apoyos** en base a sus necesidades y características. Estos apoyos pueden ser en forma de **servicio de asesoramiento individualizado y/o de ayudas para el desarrollo de sus planes de internacionalización.**

Las ventajas que el Programa Xpande proporciona a las empresas participantes se resumen a continuación:

- Reflexionar sobre su proceso de exportación.
- Implantar de una metodología que permita a la empresa crear una base sólida que aumente sus posibilidades de éxito en los mercados internacionales
- Facilitar a la Pyme una orientación estratégica en función del mercado y su posición competitiva.
- Tener elaborado al final del programa un plan de exportación para un mercado objetivo
- Dotar a la Pyme de las herramientas necesarias para fortalecerse en el mercado objetivo.
- Disponer de un conjunto de ayudas para desarrollar su plan de internacionalización.

1.2 Contenido

El programa XPANDE consiste en un **conjunto de apoyos**, que pueden ser en forma de servicio de **asesoramiento individualizado y/o de ayudas para el desarrollo de sus planes de internacionalización**.

El Programa consta de dos fases:

- **FASE I Asesoramiento para la elaboración de un Plan de Internacionalización**: se divide en 4 módulos:

Módulo 1: Selección de Mercados | Módulo 2: Acceso al Mercado

Módulo 3: Comunicación y Marketing | Módulo 4: Económico - Financiero

- **FASE II Ayudas para el desarrollo del Proceso de Internacionalización de la empresa:** conjunto de ayudas para desarrollar la estrategia de promoción internacional de la empresa en sus mercados objetivos.

Las empresas pueden acogerse al plan de ayudas si están participando en la fase de asesoramiento individualizado o si han participado en los últimos dos años en Xpande o en programas similares de asesoramiento de ICEX u otros organismos de promoción exterior.

De manera adicional se podrán realizar la siguiente tipología de actuaciones:

- **Acciones sensibilización de carácter territorial:** actuaciones de carácter territorial, ejecutadas localmente por las Cámaras, y cuya realización repercute exclusivamente en el ámbito de demarcación de cada Cámara participante.
- **Acciones de difusión, sensibilización y seguimiento**: Este tipo de acciones hacen referencia a actuaciones de carácter general, ejecutadas por la Cámara de España, y cuya realización repercute en la totalidad de las regiones participantes en el programa.

PROGRAMA XPANDE DIGITAL

1.1 Objetivo

El Programa Xpande digital tiene como objetivos principales:

- Desarrollar una metodología que permita al empresario iniciarse en el marketing digital.
- Permitir a la Pyme contar con un análisis pormenorizado de la situación actual de la empresa; objetivos; detección y análisis de competidores, estrategias seguidas por los mismos; recomendaciones, etc.
- Posibilitar la detección de fortalezas y debilidades en base a un análisis completo, sistemático y aplicado de forma objetiva.
- Facilitar a la Pyme una orientación estratégica en función del mercado y producto / servicio, desarrollando su estrategia en Internet, en el marco de la internacionalización.
- Dotar a la Pyme de las herramientas necesarias para fortalecerse en el mercado objetivo, seleccionando y planificando las acciones de marketing digital más adecuadas en función de su cliente, producto, servicio y país.

1.2 Contenido

El Programa Xpande Digital se basa en un asesoramiento personalizado a la Pyme en materia de marketing digital internacional, orientado a un producto / servicio y país previamente seleccionado por la misma.

El Programa se articula en las siguientes fases:

- **Fase I de asesoramiento:** en la cual se realiza un análisis pormenorizado de la empresa con el objeto de desarrollar un informe de recomendaciones y un plan de acción en Marketing digital.
- **Fase II puesta en marcha del Plan de acción:** consiste en un conjunto de apoyos destinados a fortalecer la posición competitiva de la Pyme en el mercado objetivo y para el producto / servicio seleccionado previamente por la Pyme.

De manera adicional se podrán realizar la siguiente tipología de actuaciones:

- **Acciones sensibilización de carácter territorial:** Este tipo de acciones consisten en actuaciones de carácter territorial, ejecutadas localmente por las Cámaras, y cuya realización repercute exclusivamente en el ámbito de demarcación de cada Cámara participante.
- **Acciones de difusión, sensibilización y seguimiento**: Este tipo de acciones hacen referencia a actuaciones de carácter general, ejecutadas por la Cámara de España, y cuya realización repercute en la totalidad de las regiones participantes en el programa.

PROGRAMA INNOXPORT

1.1 Objetivo

El Programa InnoXport tiene como objetivo fundamental incorporar la innovación en el proceso de internacionalización de las Pymes españolas, siendo sus objetivos específicos los siguientes:

- Desarrollar una metodología que permita al empresario adoptar una actitud sensible y favorable a la innovación en el marco de la internacionalización.
- Apoyar a las PYMES en el desarrollo de soluciones innovadoras en sus procesos de exportación.
- Permitir a la Pyme contar con un análisis pormenorizado de la situación actual de la empresa.
- Posibilitar la detección de fortalezas y debilidades en base a un análisis completo, sistemático y aplicado de forma objetiva.
- Dotar a la Pyme de las herramientas necesarias para fortalecerse en los mercados exteriores.

1.2 Contenido

El Programa InnoXport se basa en un diagnóstico personalizado a la Pyme en materia de innovación para la internacionalización, orientado a un producto / servicio y país previamente seleccionado por la misma.

El Programa se articula en las siguientes fases:

- **Fase I de Diagnóstico**: en la cual se realiza un análisis pormenorizado de la empresa en materia de innovación para la internacionalización, orientado a un producto / servicio y país previamente seleccionado por la misma.

  El resultado final de esta Fase quedará plasmado en un informe en el que se analizará la situación de partida de la empresa, análisis de las áreas clave de innovación para la internacionalización y una serie de propuestas de innovación para potenciar la internacionalización de la empresa, el cual se realizarán de manera personalizada,

teniendo en cuenta las características de cada empresa, el mercado destino y el producto / servicio seleccionado.

- **Fase II de puesta en marcha del Plan de Acción**: consiste en un conjunto de apoyos destinados a implementar soluciones innovadoras en la estrategia internacional de la empresa.

De manera adicional se podrán realizar la siguiente tipología de actuaciones:

- **Acciones de sensibilización de carácter territorial:** Este tipo de acciones consisten en actuaciones de carácter territorial, ejecutadas localmente por las Cámaras, y cuya realización repercute exclusivamente en el ámbito de demarcación de cada Cámara participante.
- **Acciones de difusión, sensibilización y seguimiento**: Este tipo de acciones hacen referencia a actuaciones de carácter general, ejecutadas por la Cámara de España, y cuya realización repercute en la totalidad de las regiones participantes.

PROGRAMA GMI – GESTIÓN DE LA MARCA INTERNACIONAL

1.1 Objetivo

El Programa GMI tiene como objetivo concienciar a las pymes españolas sobre el papel de la marca como herramienta estratégica de competitividad y diferenciación en su proceso de internacionalización, en concreto sus objetivos principales son:

- Concienciar sobre el papel de la marca como herramienta estratégica de competitividad y diferenciación en el proceso de internacionalización;

- Evaluar la situación competitiva actual de las marcas de las empresas que lo soliciten en su proceso de internacionalización;

- Asesorar a las empresas que lo soliciten, partiendo de su situación real actual, de cara a una mejora de la estrategia y gestión de sus marcas en el proceso de internacionalización.

- Apoyar económicamente a las empresas participantes en las acciones de comunicación de la marca en los mercados de destino.

1.2 Contenido

El Programa GMI se basa en un asesoramiento personalizado a la Pyme sobre la competitividad de su marca de cara a la internacionalización.

El Programa se articula en las siguientes fases:

- **Fase I de Diagnóstico**: a través de un aplicativo específico para el Programa, las empresas pueden acceder a una evaluación, realizada por un técnico de la cámara correspondiente a su área geográfica, sobre la competitividad de su marca de cara a la internacionalización. El diagnóstico permite detectar áreas de mejora, que son el objeto de la segunda fase del programa.

- **Fase II de Ayudas** que se divide en:
  - **Fase II-A de Ayudas para la Consultoría**: en ella las empresas que previamente hayan concluido la fase anterior, pueden acceder a una consultoría ad-hoc conducida por un profesional elegido libremente por la

empresa que, tras estudiar el caso concreto les propondrá medidas para incrementar la competitividad de la empresa a través de la gestión internacional de la marca.

- **Fase II-B de Ayudas para la Implementación**: consiste en un conjunto de apoyos destinados a implementar las medidas y recomendaciones que surjan de la fase de consultoría para el refuerzo de la marca como palanca de competitividad para la internacionalización.

De manera adicional se podrán realizar la siguiente tipología de actuaciones:

- **Acciones de sensibilización de carácter territorial:** Este tipo de acciones consisten en actuaciones de carácter territorial, ejecutadas localmente por las Cámaras, y cuya realización repercute exclusivamente en el ámbito de demarcación de cada Cámara participante.
- **Acciones de difusión, sensibilización y seguimiento**: Este tipo de acciones hacen referencia a actuaciones de carácter general, ejecutadas por la Cámara de España, y cuya realización repercute en la totalidad de las regiones participantes.