



Programas de Internacionalización

CONVOCATORIA DE MANIFESTACIÓN DE INTERÉS 2022

CONVOCATORIA DE MANIFESTACIONES DE INTERÉS DIRIGIDA 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 2022 COFINANCIADOS POR EL FONDO EUROPEO DE DESARROLLO REGIONAL (FEDER) EN EL MARCO 2014-2020

La Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España (en adelante la “Cámara de Comercio de España” o la “Cámara de España”) figura como Organismo Intermedio del Programa Operativo Plurirregional de España (POPE), 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 2022, 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 **INT-ECOMM**
- 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 2022, 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	CCAA	Tasa Ayuda Máxima FEDER	Presupuesto disponible 2022 (AYUDA FEDER)
Menos desarrolladas	Extremadura	80%	609.178,33
TOTAL REGIONES MENOS DESARROLLADAS			609.178,33
En transición	Andalucía	80%	4.376.192,85
	Canarias	85%	603.872,62
	Castilla - La Mancha	80%	770.415,97
	Melilla	80%	4.761,22
	Murcia	80%	634.362,97
TOTAL REGIONES EN TRANSICIÓN			6.389.605,62
Más desarrolladas	Aragón	50%	178.090,80
	Asturias	80%	120.329,03
	Baleares	50%	149.115,45
	Cantabria	50%	107.880,48
	Castilla y León	50%	1.144.163,35
	Cataluña	50%	1.299.469,38
	Ceuta	80%	6.834,71
	Comunidad Valenciana	50%	1.739.782,10
	Galicia	80%	1.616.017,63
	La Rioja	50%	162.594,67
	Madrid	50%	1.222.828,32
	Navarra	50%	158.189,81
	País Vasco	50%	725.527,86
TOTAL REGIONES MÁS DESARROLLADAS			8.630.823,58
TOTAL			15.629.607,53

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 las convocatorias anteriores.

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:

- Cumplir con el proyecto para el que se concede.
- Asumir la parte correspondiente de **cofinanciación nacional**.
- 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 3 de diciembre de 2021 a las 15:00h.**

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.

Las resoluciones positivas incluirán el presupuesto máximo inicial asignado a la entidad cameral, así como el procedimiento y plazos máximos para realizar los compromisos de gasto.

Tras ello, las entidades de la red cameral podrán analizar qué programas y compromisos adquieren para la anualidad de referencia y una vez tengan determinado el presupuesto por cada Programa que vayan ejecutar, se lo comunicará a la Cámara de España por correo electrónico, por lo que la incorporación efectiva a los Programas no se producirá hasta que no se hayan firmado los respectivos Convenios y Adendas.

Estos Convenios y Adendas incluirán las condiciones económicas y particulares de participación, el presupuesto, los indicadores y las obligaciones que se derivan de su participación en los Programas, y serán los que tengan naturaleza de DECA – Documento que Establece las Condiciones de la Ayuda – a afectos de FEDER.

Del presupuesto máximo inicial asignado, la cantidad que la entidad cameral no comprometa de inicio en los DECA se liberará automáticamente y pasará a formar parte de la disponibilidad general de la CCAA correspondiente.

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 – FICHAS 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 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.

2 Contenido

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

a) Actuaciones de Promoción Internacional: 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: 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: 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 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.

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 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.

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 INT-ECOMM

El Programa Int-eComm tiene por objeto **incrementar las ventas online de las empresas en un mercado exterior objetivo través del ecommerce**, contribuyendo a incorporar la estrategia digital en la empresa y reforzando, de este modo, su proceso de internacionalización, fomentando sus ventas internacionales.

1 Objetivo

El Programa Int-eComm tiene como objetivos principales:

- Fomentar la cultura de la internacionalización en las Pymes, como aspecto clave previo al aumento de la base exportadora española.
- Fomentar y potenciar entre las Pymes la utilización de las nuevas tecnologías y de las estrategias de ecommerce como palancas para mejorar el posicionamiento de la Pyme en mercados internacionales y sus ventas internacionales.
- Incrementar las ventas online de las Pymes en el exterior.
- Fortalecer la capacitación del capital humano en la utilización de las nuevas tecnologías y en las estrategias digitales como herramientas de impulso a la internacionalización de las empresas, 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 del posicionamiento y de la competitividad de la empresa en los mercados internacionales a través del impulso de su digitalización y del desarrollo de estrategias de ecommerce.

- Contribuir al aumento de la base exportadora española y favorecer la consolidación de un número mayor de empresas exportadoras regulares.

2 Contenido

El Programa se divide en las siguientes dos Fases:

- Fase 1 de asesoramiento
- Fase 2 de ayudas

FASE 1: ASESORAMIENTO

Fase de asesoramiento personalizado a la Pyme para el diseño de un plan de ecommerce en un mercado exterior concreto.

El asesoramiento es prestado por personal técnico de las Cámaras de Comercio, formado en estrategia de ecommerce internacional y homologado por la Cámara de Comercio de España.

La Cámara de Comercio de España dotará a los técnicos de las Cámaras de Comercio de la metodología, herramientas de trabajo y formación necesaria para desarrollar su trabajo de asesoramiento a las empresas. Asimismo, contará con el apoyo de la Unidad de Conocimiento de la Dirección de Competitividad de la Cámara de Comercio de España.

Durante la Fase de Asesoramiento se realiza:

- Un análisis interno de la empresa, en el que se evalúa la situación actual respecto a su nivel de digitalización, experiencia en comercio electrónico y se valora su potencial.
- Un análisis externo, en el que se analizan los mercados internacionales y la competencia de la empresa.
- Un análisis de la propuesta de valor de la empresa y de sus factores competitivos.
- Un análisis de los marketplaces en los mercados internacionales.
- La selección del mercado objetivo para la empresa.
- El diseño de la estrategia de ecommerce en el mercado objetivo.
- La definición del Plan de Acción de ecommerce en el mercado objetivo.

En la fase de asesoramiento intervienen los técnicos de las Cámaras que prestan el asesoramiento y la Unidad de Conocimiento de la Dirección de Competitividad de la Cámara de Comercio de España que desarrolla labores de investigación, elaborando los dossiers de apoyo a los técnicos de las Cámaras de Comercio.

El asesoramiento tiene **duración máxima estimada de 100 horas a un coste máximo de 40 €/h**, repartidas de la siguiente manera:

- 70 horas de asesoramiento de los técnicos de las Cámaras de Comercio territoriales.
- 30 horas de elaboración dossiers Unidad de Conocimiento de Cámara de Comercio de España.

Podrán financiarse los costes indirectos: declaración a un tipo fijo de hasta el 15% de los costes directos de personal subvencionables, siguiendo el artículo 68.1.b del Reglamento 1303/2013 (coste del personal por la realización del diagnóstico).

Financiación: 100% subvencionable, prefinanciado por la Cámara de Comercio Territorial (asesoramiento) y la Cámara de Comercio de España (elaboración dossiers).

La fase de asesoramiento no tiene coste para la empresa.

El FEDER aportará el 50%-80%-85% del gasto elegible, en función de la región en la que se encuentre, y el resto será aportado por la propia Cámara o por organismo público con el que logre firmar convenio de financiación).

FASE 2: AYUDAS

- **Implantación:** en esta fase, proveedores externos a las Cámaras, desarrollan las actuaciones contempladas en el Plan de Acción de ecommerce, definido en la fase de asesoramiento. El **importe máximo financiable es de 7.000 €**, si bien las implantaciones pueden ser de mayor cantidad.

Financiación: subvención de un máximo del 80% / 85% / 50% (tasa máxima, según la intensidad de la ayuda FEDER en cada región), prefinanciado por la empresa beneficiaria.

- **Seguimiento de la implantación:** se realizará un seguimiento, por parte de los técnicos camerales, de la implantación inicial.

Este seguimiento no tiene coste para la empresa y tiene una **duración máxima estimada de 15 horas (a un coste máximo de 40 €/h)**.

La Financiación del seguimiento: 100% subvencionable, prefinanciado por la Cámara de Comercio.

Podrán financiarse los costes indirectos: declaración a un tipo fijo de hasta el 15% de los costes directos de personal subvencionables, siguiendo el artículo 68.1.b del Reglamento 1303/2013 (coste del personal por la realización del seguimiento de la implantación).

El FEDER aportará el 50%-80%-85% del gasto elegible, en función de la región en la que se encuentre, y el resto será aportado por la propia Cámara o por organismo público con el que logre firmar convenio de financiación).

Los conceptos de gasto subvencionables en este programa serían, a modo de ejemplo:

- Alta en marketplaces.
- Desarrollo de tienda online.
- Actuaciones de marketing digital para promoción de la tienda online.
- Actuaciones de marketing digital en marketplaces.
- Traducciones.
- Fotografías de productos
- Contratación de agencias y profesionales especializados en gestión de actuaciones de ecommerce.
- Incorporación de tecnología para gestión de ecommerce.

PROGRAMA INNOXPORT

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.

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 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.

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** 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.