

*PLAN DE
INTERNACIONALIZACIÓN
2015*



cecale

CONTENIDO

- 1.** Introducción
- 2.** Análisis del entorno regional – nacional 2014 y respecto a 2013
 - a. Por sección arancelaria (enero – diciembre 2014)
 - b. Por destino económicos de los bienes (enero-diciembre 2014)
 - c. Por provincia (enero-diciembre 2014)
 - d. Por país (enero-diciembre 2014)
- 3.** Resumen exportaciones, importaciones y saldo comercial
- 4.** Problemática de las empresas castellanas y leonesas
 - a. Financiación internacional
 - b. Fiscalidad internacional
 - c. Promoción comercial: imagen de España
- 5.** Problemas de las empresas castellanas y leonesas
- 6.** Medios y líneas estratégicas
- 7.** Plan de acción 2015

 INCLUYE CALENDARIO PREVISTO DE ACTIVIDADES PARA EL PRIMER SEMESTRE DE 2015

1. INTRODUCCIÓN

El año 2014 ha supuesto un punto de inflexión en el contexto de recesión económica. Pese a las perspectivas de cambio de ciclo y de crecimiento económico, no debe olvidarse la dirección adecuada para garantizar el futuro de las empresas castellanas y leonesas. Por ello, CECALE continúa su apuesta por la expansión internacional del tejido empresarial de la región.

La crisis motivó la necesidad de que nuestras empresas desarrollaran y potenciaran su presencia internacional, ante las dificultades atravesadas en el mercado nacional. Ahora bien, más que una necesidad o una alternativa, la apuesta por la innovación y la internacionalización y la salida al exterior es, más que nunca, una vía hacia el crecimiento y el desarrollo de Castilla y León.

En este sentido, los avances realizados en materia de internacionalización son indudables, alcanzando una cifra superior a 5.000 las empresas de Castilla y León que realizan exportaciones de forma regular. A pesar de este dato, es necesario redoblar los esfuerzos, con el fin de diversificar el destino de nuestras exportaciones, fuertemente concentradas en países de la Unión Europea, y de aprovechar en mayor medida las posibilidades que generan mercados emergentes, que gozan de grandes atractivos para las empresas de la región.

Por todo lo expuesto, CECALE ha elaborado el presente Plan de Internacionalización para responder a las necesidades e inquietudes de las empresas de la región, contando con su opinión y en coordinación con las Organizaciones Territoriales y Sectoriales, a través de la Comisión de Relaciones Internacionales de la Confederación. Para el desarrollo del Plan se ha contado, además, con el apoyo de CEOE.

2. ANÁLISIS DEL ENTORNO REGIONAL – NACIONAL 2014 Y RESPECTO A 2013

(Según Fuente de Junta de Castilla y León. Consejería de Hacienda, Dirección General de Presupuestos y Estadística)

Durante el periodo enero-diciembre de 2014 el valor de las exportaciones en Castilla y León ascendió a 13.330 millones de euros y el de las importaciones a 12.194 millones de euros.

En dicho periodo, se produjo un superávit comercial en Castilla y León (exportaciones - importaciones) de 1.136 millones de euros, y la tasa de cobertura (exportaciones / importaciones) se situó en el 109,3%.

A nivel nacional, el valor de las exportaciones ascendió a 240.035 millones de euros y el de las importaciones a 264.507 millones, lo que supuso un déficit comercial de 24.472 millones de euros y una tasa de cobertura del 90,7%.

La participación de Castilla y León en el comercio exterior de España fue del 5,6% en las exportaciones y del 4,6% en las importaciones. En términos interanuales, el peso de la Comunidad es tres décimas superior, en ambos casos, en comparación con el mismo periodo de 2013, en que esos porcentajes fueron del 5,3% y 4,3%.

a. POR SECCIÓN ARANCELARIA (ENERO – DICIEMBRE 2014)

En el periodo enero-diciembre de 2014 en Castilla y León, la mayor parte de las exportaciones correspondió a la sección de Material de transporte (36,7% del total exportado), con un valor acumulado de 4.888 millones de euros. Le sigue en importancia la de Máquinas, aparatos y material eléctrico (22% del total).

En cuanto a las importaciones, también destaca la sección de Material de transporte, con un peso del 45,6% sobre el total importado. Al igual que en el caso anterior, a continuación se sitúa la de Máquinas, aparatos y material eléctrico (15,5% del total).

En términos interanuales y respecto al mismo periodo del año anterior, las secciones que registraron los principales incrementos de las exportaciones, dentro de las diez con mayor peso, fueron las de Metales comunes y sus manufacturas (20,4%) y Material de transporte (11,1%). Los únicos descensos de las exportaciones se registraron en las secciones de Pastas de madera u otras materias de celulosa (-11,2%) y Productos de las industrias químicas y conexas (-0,4%).

En el caso de las importaciones, los mayores aumentos se produjeron en las secciones arancelarias de Material de transporte (28,9%) y Máquinas, aparatos y material eléctrico (15,4%). Las secciones que experimentaron los mayores descensos fueron las de Productos de las industrias químicas y conexas (-13,6%) y Metales comunes y sus manufacturas (-7,2%).

b. POR DESTINO ECONÓMICOS DE LOS BIENES (ENERO-DICIEMBRE 2014)

En el periodo enero-diciembre de 2014 el mayor valor de las exportaciones se concentró en los bienes de consumo (42,6%) y, en el caso de las importaciones, en los bienes intermedios (72,4%).

En términos interanuales, respecto del mismo periodo del año anterior, aumentaron las exportaciones en todos los grupos: bienes de consumo (8%), bienes de capital (5,5%) y bienes intermedios (3,3%).

Con respecto a las importaciones, se registró un ascenso los grupos de: bienes de capital (20,4%) y bienes intermedios (16,1%), disminuyendo en el caso de bienes de consumo (-3,2%).

c. POR PROVINCIA (ENERO-DICIEMBRE 2014)

Valladolid, Burgos y Palencia son las provincias que registraron el mayor volumen de ventas al exterior de enero a diciembre de 2014, con participaciones del 45,1%, el 23% y el 10,6% sobre el total de las exportaciones, respectivamente.

En cuanto a las importaciones, las provincias que acumularon los mayores valores fueron Valladolid (67,8%) y Burgos (16,7%).

En términos interanuales, respecto del mismo periodo del año anterior, las provincias que experimentaron los mayores incrementos de las exportaciones fueron Valladolid (21,8%), Soria (19,7%) y León (4,3%). Los mayores descensos se registraron en las provincias de Ávila (-18%), Zamora (-14,9%) y Palencia (-14,1%).

Respecto a las importaciones, los mayores aumentos fueron los registrados en las provincias de Ávila (40,5%) y Valladolid (24,9%). Las provincias donde se registraron los mayores descensos fueron Zamora (-21,3%) y Burgos (-12,8%).

d. POR PAÍS (ENERO-DICIEMBRE 2014)

Durante el periodo enero a diciembre 2014, los países con los que Castilla y León mantiene relaciones comerciales continúan liderados por Francia, al que se dirigió el 26,3% del total de las mercancías exportadas (3.505 millones de euros) y del que procedió el 42,8% de los productos importados (5.223 millones de euros).

A Francia le siguen, en cuanto a importancia de las exportaciones, Alemania (9,9% del total) y Reino Unido (8,6%).

Paralelamente, en materia de importaciones tras Francia se sitúan Alemania (13% del total) e Italia (6,5%).

En términos interanuales, en el periodo enero-diciembre de 2014, respecto al mismo del año anterior, aumentaron las exportaciones dirigidas a Francia (1,6%) y las importaciones procedentes de ese país (22%).

Entre los doce principales destinatarios de las exportaciones de la Comunidad destacan los incrementos interanuales con destino a Corea del Sur (512%), Rumanía (41,8%) y Marruecos (40,1%). Los mayores descensos de las exportaciones fueron las dirigidas hacia Bélgica (-11,9%) y Portugal (-9,5%).

En el caso de las importaciones, en el mismo periodo y en términos interanuales, resaltan los aumentos registrados en aquellas con origen en Polonia (68,4%) y Marruecos (53,5%). Sólo bajaron las procedentes de Reino Unido (-29,7%).

3. RESUMEN EXPORTACIONES, IMPORTACIONES Y SALDO COMERCIAL

El comercio exterior de Castilla y León en el mes de diciembre de 2014, registró un valor de las exportaciones de 955 millones de euros y 850 millones de euros en el caso de las importaciones; aumentando respecto al mismo periodo de 2013 un 5,4% en el caso de las exportaciones y un 8,3% las importaciones.

Se produjo un superávit comercial de 105 millones de euros y la tasa de cobertura fue del 112,4%.

En el conjunto de España, en diciembre de 2014, y respecto al mismo periodo de 2013, las exportaciones aumentaron un 5,4% y un 4,1% para el caso de las importaciones, alcanzando el valor de 19.353 y 21.174 millones de euros, respectivamente. España acumula un déficit comercial de 1.822 millones de euros y una tasa de cobertura del 91,4%.

La participación de Castilla y León en el comercio exterior nacional fue 4,9% en las exportaciones y del 4% en las importaciones.



4. PROBLEMÁTICA DE LAS EMPRESAS CASTELLANAS Y LEONESAS

A la hora de internacionalizar o consolidar su actividad en el extranjero en el actual marco económico, las empresas castellanas y leonesas se enfrentan diariamente a múltiples dificultades.

Numerosos aspectos pueden destacarse entre aquellos que suponen un obstáculo, en mayor o menor medida, para las empresas, pero gran parte de ellos radican en la **falta de información** desde los organismos públicos y privados que intentan facilitar e impulsar la proyección internacional de las empresas. A este respecto, los principales problemas existentes son:

a. FINANCIACIÓN INTERNACIONAL

- Ante la **contracción del crédito y la falta de liquidez** en el mercado, son necesarias de líneas de financiación específicas, dirigidas a la internacionalización de las empresas.
- Las **Administraciones Públicas deben dar un paso al frente en la ayuda a las empresas en su salida al exterior**. A este efecto, sería conveniente multiplicar los recursos del Fondo para Inversiones en el Exterior (FIEX), adecuándose a la realidad existente y elevando el límite de los compromisos por empresa para poder abarcar los grandes proyectos.
- Impulsar un **mayor conocimiento y difusión de las diferentes modalidades de pólizas de seguro de riesgo en la actividad exterior**, de gran relevancia para las empresas.
- **Potenciar la figura del aval**, dado que existen mecanismos de utilidad para las empresas a este respecto, de los que éstas en ocasiones no son conocedoras.

b. FISCALIDAD INTERNACIONAL

La fiscalidad tiene un impacto directo en la competitividad de las empresas españolas en el exterior y no puede sino remarcar que las medidas fiscales de estímulo tienen una gran importancia para hacer posible la internacionalización de las empresas, sin perder de vista que dichos estímulos han de ser acordes con las políticas comunitarias sobre ayudas de Estado.

- Aunque la rebaja del tipo general del **Impuesto de Sociedades (IS)** es una medida acertada, sería deseable seguir avanzando en ese sentido. No debe perderse de vista la necesidad de un mayor número de medidas destinadas a las pymes en este tributo.
- Asimismo, facilitar la creación de empresas o el aumento de capital mediante la **eliminación del Impuesto de Operaciones Societarias**, en consonancia con las recomendaciones provenientes de las instituciones de la Unión Europea.
- Es positivo seguir avanzando materia de **convenios sobre doble imposición**, especialmente en la consecución de acuerdos con países latinoamericanos y africanos, acortando los plazos de entrada en vigor de los que se van suscribiendo.
- Proporcionar **mayor seguridad jurídica y agilidad administrativa** en la aplicación e interpretación de la normativa fiscal.
- Potenciar los **incentivos por actividades de I+D+i**, como pueden ser las deducciones fiscales por actividades relacionadas con I+D+i llevadas a cabo en territorios no incluidos en el Espacio Económico Europeo (EEE).

c. PROMOCIÓN COMERCIAL: IMAGEN DE ESPAÑA

- Aunque la mejora de la economía española parece haber impulsado un repunte en la imagen de nuestro país en el exterior, es necesario potenciar una “marca-país”, que no insista sólo en los valores culturales tradicionales, sino que se esfuerce en transmitir que la innovación, la tecnología, la creatividad o el liderazgo en determinados sectores son también señas de identidad nacional.
- Asimismo, es precisa una **adecuada coordinación entre todos los agentes, públicos y privados**, que realizan actividades de promoción de la internacionalización, evitando duplicidad de esfuerzos y optimizando la labor realizada por las diversas entidades.

La superación de todos estos problemas y barreras requiere de una adecuada coordinación entre todos los agentes especializados y las Administraciones Públicas. Por ello, desde la Confederación, **seguimos reclamando al Gobierno Regional un Acuerdo de Colaboración entre CECALE y la Agencia de Innovación, Financiación e Internacionalización Empresarial (ADE)** en la línea de los suscritos en otras Comunidades Autónomas como Madrid (CEIM-PromoMadrid) o Castilla-La Mancha (CECAM-IPEX), que consideramos muy necesario, y que serviría como medio para intensificar las relaciones entre ambas entidades, a fin de impulsar el comercio exterior de la región.

Esta reivindicación encuentra reflejo en los acuerdos alcanzados entre CEOE e ICEX, así como los realizados por múltiples confederaciones empresariales regionales con las respectivas agencias regionales de promoción de la actividad exterior, algunos de ellos ya citados.

5. MEDIOS Y LÍNEAS ESTRATÉGICAS

Como ya venía ocurriendo en anteriores ejercicios, los recortes presupuestarios han afectado a las posibilidades de apoyo a la internacionalización. Este hecho es motivo de preocupación, puesto que la actividad internacional de nuestras empresas debe ser una de las prioridades de las Administraciones Públicas.

En relación a esto, es importante destacar que CECALE, desde la creación de su Departamento de Internacionalización, ha contado con **recursos propios** para realizar todas las acciones generadas desde esta área.

Conscientes de la necesidad de llevar a cabo sus actuaciones de una manera que garantice las perspectivas de sostenerse en el tiempo y siguiendo las líneas estratégicas marcadas en el Plan de Viabilidad de CECALE, la Confederación se propone servir como un instrumento de ayuda al tejido empresarial de la Región, de manera muy especial en lo que se refiere al campo del comercio exterior y siempre en coordinación con sus Organizaciones Territoriales y Sectoriales.

La internacionalización es, sin duda, uno de los pilares que puede sostener y hacer crecer a las empresas castellanas y leonesas en medio de una situación económica que muestra de nuevo signos favorables, pero que dista de ser ideal.

Para ello, desde CECALE se formula una **propuesta** de creación de una **Carta de Servicios**, ofrecida a los asociados de la Confederación, en la que se propondrían diversos servicios:

- Organización de jornadas y encuentros individuales con instituciones y organismos competentes del área de la internacionalización.

- Organización y elaboración de Agendas Empresariales tanto en Castilla y León como en país destino.
- Organización de Misiones Empresariales en el exterior, directas e inversas.
- Análisis de estudio de países mercado y/o sectores.
- Soporte de comunicación conforme a la actividad relacionada en esta área.
- Asesoramiento técnico, a través de la red de contactos de CEOE y de consultoras especializadas.

Por parte de CECALE, además, se hará especial hincapié en actividades tales como:

- Trasladar y fomentar entre las empresas las enormes posibilidades de negocio, existentes fuera de España.
- Descubrir y mostrar oportunidades, a través de plataformas de apoyo permanente a la acción exterior empresarial, contando con CEOE.
- Desplegar las mejores prácticas y compartir y competir con otras realidades para mejorar nuestras maneras de hacer, a través de seminarios, jornadas y encuentros prácticos con organismos competentes y/o empresarios de la comunidad.
- Mostrar el camino al exterior para las pymes, para que con la ayuda de CECALE, puedan afrontar con garantías su salida al exterior. Colaborar con todas las instituciones con el fin de generar una marca España a la altura de los merecimientos de nuestras empresas y de la dimensión de nuestra economía.

CECALE realizará dichas actividades contando con el sólido, acreditado y ampliamente reconocido prestigio institucional de CEOE en la esfera internacional y su exclusiva red internacional de contactos empresariales a través de las organizaciones homólogas de CEOE en todos los países del mundo.

6. PLAN DE ACCIÓN 2015

A fin de lograr los objetivos planteados en el Plan de Internacionalización que CECALÉ ha desarrollado, trabajaremos de forma constante en base al **DECÁLOGO** de actuación que se presenta a continuación:

PLAN DE ACCIÓN 2015

- 1. Actualización constante en materia de internacionalización, proporcionada por medio del Boletín electrónico "International Newsletter", así como a través de nuestro portal de Internet.*
- 2. Desarrollo y organización de misiones empresariales, directas e inversas, a países de elevado potencial para la comunidad de Castilla y León.*
- 3. Vinculación y colaboración con entidades financieras y búsqueda de apoyos económicos.*
- 4. Acercamiento a las herramientas de apoyo para la internacionalización de las empresas castellano y leonesas.*

5. *Plan de formación empresarial para impulsar y fortalecer la capacidad exportadora de los empresarios de Castilla y León.*

6. *Organización de jornadas, seminarios y encuentros empresariales.*

7. *Difusión de guías para la internacionalización de países con elevado interés.*

8. *Apertura de líneas de cooperación europea y refuerzo de las ACYLEs.*

9. *Impulso de la nueva plataforma para promover la actividad empresarial en el exterior.*

10. *Comunicación, presentación y evaluación continua de las actuaciones del Plan de Internacionalización 2015.*

1. Actualización constante en materia de internacionalización, proporcionada por medio del Boletín electrónico “International Newsletter”, así como a través de nuestro portal de Internet.

Entendiendo la importancia de contar con información fehaciente y actualizada que pueda ayudar a los empresarios en la toma de decisiones, CECALE continuará con el envío mensual del boletín *International Newsletter*, renovada recientemente, y que servirá como medio para mantener una línea de comunicación con nuestros asociados, haciéndolos partícipes en las actividades que se llevarán a cabo por parte de CECALE, CEOE y demás organizaciones empresariales, en materia internacional.



Adicionalmente, los asociados podrán acceder de forma directa a nuestra plataforma virtual, donde encontrarán la agenda de eventos programada, noticias, convocatorias y cualquier otra información que pueda resultarles de interés para su actividad internacional.

2. Desarrollo y organización de misiones empresariales, directas e inversas, a países de elevado potencial para la comunidad de Castilla y León.

En un mundo en el que la globalización afecta de especial manera a los negocios, las fronteras no deben representar un freno a la

comercialización de los productos y servicios españoles y, particularmente, castellanas y leonesas. Sin embargo, el ingreso a nuevos mercados no resulta ser una tarea sencilla.

Entendiendo esto, CECALE brindará apoyo a sus asociados en el proceso de internacionalización, organizando misiones empresariales a países que forman parte del listado del Programa Integral de Desarrollo de Mercados (PIDM), buscando así, abrir la ventana de oportunidades para la economía regional por medio del acceso de productos a los mercados.

Las misiones empresariales directas que se proponen, conforme al interés empresarial manifestado, son las siguientes:

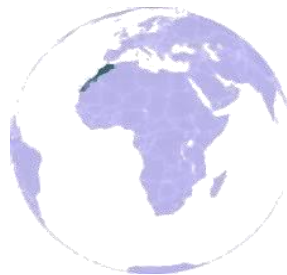
México



Áreas de trabajo provisionales	México D.F., Puebla, Guanajuato y Querétaro
Fecha estimada	Del 6 al 14 de junio
Colaboradores	Pro-México, Iberomex, ACYLE, ANIERM
Sectores primordiales	<ul style="list-style-type: none">▪ Automoción▪ Agroalimentación

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Metal-mecánico ▪ Construcción ▪ TICs
--	--

Marruecos



Objetivo	Misión Empresarial
Fecha estimada	Segundo semestre del 2015
Sectores	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Multisectorial

Adicionalmente, CECALÉ realizará actividades ordinarias sobre difusión de oportunidades de mercado, organización de encuentros empresariales, sesiones con la participación de Embajadores, Consejeros Económicos y Comerciales, tratando de vincular la información con el listado de países que se presenta a continuación, el cual ha sido seleccionado por medio de análisis realizados en relación a los niveles de crecimiento económico, oportunidades de posicionamiento así como el interés expreso de las empresas castellano y leonesas, a través de la encuesta empresarial internacional que se remitió a nuestras Organizaciones:

África: Argelia, Egipto, Marruecos, Sudáfrica, Túnez.

América: Brasil, Canadá, Chile, Colombia, Estados Unidos, México, Perú, Uruguay.

Asia: Armenia, Azerbaiyán, China, Corea del Sur, Emiratos Árabes, India, Indonesia, Japón, Kazajistán, Singapur, Tayikistán, Turkmenistán, Turquía, Uzbekistán.

Europa: Alemania, Bélgica, Croacia, Eslovaquia, Francia, Holanda, Italia, Países Bajos, Polonia, Portugal, Reino Unido, República Checa, Rumania, Rusia, Serbia, Suiza, Turquía, Ucrania.

Oceanía: Australia.



3. Vinculación y colaboración con entidades financieras y búsqueda de apoyos económicos.

CECALE tiene pleno conocimiento del papel fundamental que juegan las entidades financieras dentro de todo proceso de internacionalización, existente o futuro, por lo cual busca establecer

líneas de comunicación directa con ellas, que ayuden a facilitar y simplificar las gestiones que los empresarios acarrearán con ellas.

En beneficio de esto, actualmente se está avanzando en el desarrollo de un acuerdo de colaboración con una entidad financiera representativa en mercados exteriores, que permita contribuir a impulsar y potenciar el área internacional.

Adicionalmente, se buscarán apoyos económicos, patrocinios y/o subvenciones, que sirvan en la medida de lo posible, como ayuda tanto para las empresas que deciden expandir sus mercados como para aquellas que ya participan en el mundo internacional.

No obstante, CECAL muestra su total predisposición a concluir acuerdos de colaboración con otras entidades financieras interesadas.

4. Acercamiento a las herramientas de apoyo para la internacionalización de las empresas castellano y leonesas.

Hoy en día, existen diversos y variados instrumentos de apoyo que colaboran en el desarrollo y fortalecimiento de la actividad internacional de las empresas.

Para todo empresario es importante conocer los eventuales inconvenientes que podrían suscitarse, para contar con la preparación necesaria y poder responder positivamente en áreas tales como fiscalidad internacional, seguros, programas de licitaciones o seguridad internacional, entre otros.

Por ello, se buscará vincular a los empresarios con las diversas entidades como CESCE, COFIDES, ICEX o ICO, y cualquier otra,

que ofrecen herramientas de apoyo para contrarrestar los ocasionales riesgos, y más aún, para potenciar su crecimiento internacional, así como soporte económico para proyectos empresariales con desarrollo en el exterior.

5. Plan de formación empresarial para impulsar y fortalecer la capacidad exportadora de los empresarios de Castilla y León.

Una de las principales problemáticas con las que se enfrentan los empresarios de Castilla y León en momentos de apertura y seguimiento del proceso de internacionalización de sus productos, es la **falta de formación** en materia de comercio internacional, hecho que puede repercutir negativamente en su actividad exterior, como las empresas han manifestado a la Confederación en reiteradas ocasiones.

CECALE tiene la convicción de que las empresas de Castilla y León cuentan con los niveles de calidad e innovación necesarios para conquistar nuevos mercados. Con el mismo nivel de importancia, se encuentra el contar con la capacitación necesaria para incursionar de manera correcta en mercados ajenos a lo acostumbrado, pues es sin duda, herramienta indispensable en este proceso.

Para contrarrestarlo, CECALE llevará a cabo un Plan de formación que esté enfocado especialmente en materia de internacionalización, con el cual, por medio de jornadas, seminarios y conferencias, brindará herramientas a los asociados, relacionadas con los aspectos que son elemento clave en toda actividad internacional de una empresa, dedicando especial atención a la formación de las habilidades y conocimientos necesarios para el acceso a mercados exteriores.

Este plan, será desarrollado a lo largo del año, y se realizarán notificaciones puntuales sobre las fechas y sedes en las cuales se llevarán a cabo los eventos.

Algunos de los temas principales que se presentarán a lo largo del año, dentro del marco de este Plan, se enumeran a continuación:

- I. Instrumentos de financiación / Medios de pago y cobro internacionales / Caución de riesgo
- II. Transporte internacional / Logística internacional
- III. INCOTERMS
- IV. Barreras a la exportación
- V. Fiscalidad / Laboral / Jurídico

6. Organización de jornadas, seminarios y encuentros empresariales.

Adicionalmente a la formación especializada, CECALÉ llevará a cabo la coordinación de jornadas, seminarios y encuentros empresariales que sirvan para difundir los distintos tipos de apoyos y oportunidades con que los que cuentan las empresas de Castilla y León para simplificar y fortalecer su actividad empresarial.

De igual manera, entendiendo que las experiencias compartidas ayudan al aprendizaje y abren las puertas a las oportunidades de negocio, se realizarán jornadas que posibiliten el estrechamiento de relaciones comerciales entre los asociados.

Dentro de esta temática, se seguirán los siguientes ejes:

- I. Seminario "Líneas de apoyo al acceso a licitaciones internacionales por el ICEX" (todo lo que las empresas castellanas y leonesas necesitan saber sobre licitaciones).
- II. Celebración de foros y mercados sectoriales.
- III. Encuentros con empresarios con experiencia internacional
- IV. Networking e intercambio de tarjetas: Las relaciones comerciales son producto de efectivas relaciones sociales. Como parte de cada una de las jornadas y eventos empresariales que se lleven a cabo desde CECALE, se fomentará la importancia de la vinculación entre participantes promoviendo el *networking*.
- V. Encuentros con representantes institucionales de países objetivo (como ministros, embajadores, consejeros...).

7. Difusión de guías para la internacionalización de países con elevado interés.

Como ya se ha remarcado, las condiciones actuales de la economía de la región de Castilla y León han dejado claro que, ante tiempos difíciles, la búsqueda de mercados exteriores para posicionamiento de productos y/o servicios locales, es la puerta que abre el abanico de oportunidades para contrarrestar la difícil situación económica que se ha atravesado.

Sin embargo, para empresas que no cuentan con la experiencia necesaria para desarrollar una investigación de mercados, o que quieren incrementar sus cifras de expansión en otros países, el desconocimiento de las características intrínsecas de los mercados objetivo, puede transformarse en un obstáculo, que entorpezca la actividad o inclusive, la ponga en riesgo. El contar con una guía que

sirva como preparación para este nuevo proceso, resulta indispensable.

Por ello, CECALE brindará a sus asociados, por medio de su web, una Guía para la internacionalización, específicamente para **Colombia, Perú, Chile, Marruecos y Turquía**, países que han sido considerados con un alto potencial comercial y económico, para las empresas de Castilla y León y que han sido solicitados expresamente por ellas.

Dentro de ellas, se pondrán a disposición de los asociados, los principales puntos que todo empresario debe conocer, previamente a su incursión en estos mercados, con la finalidad de ayudarlos a desarrollar su actividad de manera más clara y certera. Adicionalmente, las guías incluyen experiencias de empresarios de Castilla y León que han logrado introducirse con éxito en éstos mercados. Para conseguir resultados más favorables y precisos, las guías estarán presentadas por sectores económicos de principal importancia. Mes a mes, a través de nuestra Newsletter se reforzará el recordatorio de la disponibilidad de estas herramientas, para que la información pueda ser consultada por nuestros asociados.

8. Apertura de líneas de cooperación europea y refuerzo de las ACYLEs.

Actualmente, existen muchos programas que permiten estrechar los vínculos entre las distintas entidades federativas, haciendo posible la creación de conexiones globales que sirvan de impulso a la economía regional.

CECALE ofrecerá un servicio de asistencia a empresas interesadas en participar en determinados programas, tomando el papel de puente

de vinculación y ofreciendo información de primera mano y posteriormente, acercarse con las entidades correspondientes.

Algunos de estos programas son Horizonte 2020, COSME y CONECTAR EUROPA.

Asimismo, desde CECALE queremos potenciar las relaciones comerciales y las inversiones conjuntas de empresas castellano y leonesas en el exterior a través de las asociaciones constituidas con este fin, como son las ACYLEs.

9. Impulso de la nueva plataforma para promover la actividad empresarial en el exterior.

El dinamismo que caracteriza a la apertura comercial actualmente, es tan acelerado que las empresas deben buscar la forma de asimilar los avances o de lo contrario, no podrán afrontar el proceso de internacionalización. Para ayudarlas a mantenerse a la vanguardia en tecnologías de información, CECALE promoverá herramientas que les permitan simplificar sus procesos y administrar de forma más eficiente, el tiempo y la inversión que conlleva una operación internacional, mejorando con su competitividad.

La plataforma que se propone difundir es **joiny.net**, la cual permite a los usuarios, **establecer una red de contactos empresariales**, promocionar sus servicios de forma electrónica, incrementar su visibilidad en la red internacional y mantener conferencias virtuales con la máxima calidad técnica a través de herramientas profesionales que ofrecen soluciones globales.

10. Comunicación, presentación y evaluación continúa de las actuaciones del Plan de Internacionalización 2015.

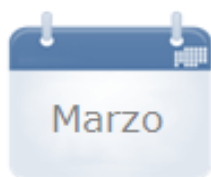
El Plan de Internacionalización de CECALE es desarrollado con base en las necesidades de sus asociados, así como las características actuales de los mercados exteriores, con el objetivo de facilitar su labor en la búsqueda del balance que retribuya resultados positivos para las empresas de Castilla y León.

Como toda herramienta de apoyo, es primordial que el tejido empresarial de la región tenga pleno conocimiento sobre las líneas de actuación que servirán como bases de las acciones del Departamento de Internacionalización de CECALE, motivo por el cual, se les dará a conocer todos los proyectos y propósitos estipulados en el presente.

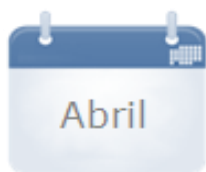
Adicionalmente, con el objetivo de coordinar un adecuado seguimiento, serán publicados de forma constante en nuestro portal de Internet y comunicados por medio del Boletín International Newsletter, todos los avances que se desarrollen dentro de los cánones de nuestro decálogo de actuación.

Nota: Las acciones presentadas en el Plan de Internacionalización 2015, serán ajustadas a las necesidades presupuestarias. Según el Plan de Viabilidad de CECALE, el presupuesto disponible corresponde a la cantidad de 30.000 euros.

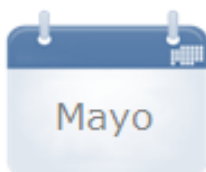
CALENDARIO PREVISTO PARA EL PRIMER SEMESTRE DE 2015



- Novedades fiscales en materia de internacionalización.
- Jornada sobre México como mercado de oportunidad.



- Jornada sobre Novedades fiscales 2015 en Latinoamérica (Perú, Chile, Colombia y México)
- Encuentro empresarial con la Cámara Franco-Española



- Los 10 puntos básicos para la selección del transporte internacional.
- Bulgaria como mercado de oportunidad.



- Misión empresarial a México.
- Financiación internacional
- Correcta aplicación de los INCOTERMS.

La planificación para el segundo semestre de 2015 se remitirá en próximas fechas y estará disponible en la página web y en la *Newsletter* de CECAL.