ASTVR ex

SOCIEDAD DE PROMOCIÓN EXTERIOR
PRINCIPADO DE ASTURIAS S.A.

PROGRAMA DE INTERNACIONALIZACIÓN EMPRESARIAL DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS

2013-2015

alium CONSULTING

INDICE

1. Metodología del Programa 4

2. Marco General 6

3. Cambios en el contexto internacional 8

4. Cambios en el comercio exterior español 13

5. Cambios en el sector exterior asturiano 15

6. La empresa asturiana frente a los mercados exteriores 24

7. Mercados prioritarios 29

8. Estructura del Programa 33

   8.1. Importancia de la política de promoción exterior y del modelo industrial 33
   8.2. Los problemas del sector exterior asturiano 34

9. Objetivos estratégicos y operativos. Programas e iniciativas 35

10. Mapa estratégico: Objetivos e iniciativas 38

11. Despliegue de iniciativas y programas 39

12. Presupuesto del Programa 39

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Crecimiento del PIB y Exportaciones mundiales 8

Figura 2 Evolución de la balanza comercial española 2009-2012 (M€) 14

Figura 3 Evolución apertura Asturias 2002 - 2012 16

Figura 4 tasa de crecimiento en las exportaciones: España y Asturias 2002-2012 17

Figura 5 Concentración sectorial de las exportaciones - Asturias 18

Figura 6 Grado de concentración de las exportaciones - Asturias 20

Figura 7 Flujo de inversión extranjera directa – Asturias (operaciones no ETVE) 23

Figura 8 Número de empresas exportadoras – Asturias – regulares y totales 24

Figura 9 Crecimiento de exportaciones (encuesta) 26

Figura 10 Razones para no exportar (encuesta) 28

Figura 11 Matriz de mercados prioritarios 30

Figura 12 Ranking de países objetivo (encuesta) 31

Figura 13 Esquema del Programa 35

Figura 14 Esquema de los objetivos estratégicos y operativos PIE 2013-2015 37

Figura 15 Mapa estratégico 38

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Previsión PIB mundial y principales países 13

Tabla 2 Matriz Valor Añadido Bruto - Exportaciones 19

Tabla 3 Ranking de los 10 primeros mercados 20

Tabla 4 Ranking de los veinte primeros mercados por subsector 21

Tabla 5 Comparativa empleo entre España y Asturias por principales sectores (2010) 22

Tabla 6 Perfil empresa exportadora Asturias por volumen de exportación 25

Tabla 7 Ranking de 32 mercados prioritarios 30

1.- METODOLOGÍA DEL PROGRAMA

Una obligación de dar continuidad a la política de promoción internacional…

El Principado de Asturias ha venido impulsando, desde el ejercicio 2002, Planes Estratégicos de Internacionalización que han mejorado el enfoque y dado un sentido de continuidad a la política de promoción exterior:

- Plan de Promoción Internacional 2002-2004
- Programa de Promoción Exterior 2005-2008
- Programa de Internacionalización 2009-2012

Ahora es el momento de presentar el nuevo Programa de Internacionalización Empresarial del Principado de Asturias 2013-2015.

… y una política para hacer frente a la crisis

Este nuevo Programa no sólo se justifica por la obligación de mantener la continuidad lógica y temporal de la estrategia de promoción internacional, sino también por la importancia que ha adquirido la internacionalización en la actual coyuntura económica como mejor herramienta para lograr un crecimiento que permita la creación de riqueza y empleo.

Un Plan…

La elaboración de este Programa de Internacionalización ha seguido los principios rectores que son propios de las metodologías de planificación estratégica en el ámbito de la gestión pública:

…participativo

- Se ha querido que fuera un plan muy PARTICIPATIVO, para lo que se ha contado con todos los protagonistas de la política de promoción exterior del Principado de Asturias, pero especialmente con las empresas que son las destinatarias finales del Programa. Por ello se ha realizado una amplia encuesta tanto a las empresas exportadoras como a las no exportadoras. Se ha entrevistado personalmente a gestores empresariales que cuentan con una amplia experiencia en la utilización de medios promocionales. Se ha entrevistado a representantes de clústeres y asociaciones sectoriales. Finalmente se realizó un World Café con más de treinta asistentes donde se presentaron y discutieron las principales líneas de actuación del presente programa. Las aportaciones de todos los agentes han sido valiosas e impregnan la filosofía del Programa.

…consensuado

- Se ha trabajado con un amplio CONSENSO entre los agentes de promoción exterior involucrados en la elaboración del Programa.

…coherente

- Se ha pretendido que fuera, como no podía ser de otro modo, COHERENTE con el Acuerdo por el Empleo y el Progreso de Asturias 2013-2015 que ofrecía un marco de análisis y establecía los objetivos principales del Programa en su apartado III Dinamización Empresarial e Industrial.

…innovador

- Se ha tratado de incorporar un enfoque INNOVADOR, introduciendo un nuevo concepto de internacionalización más amplio e integrador, considerando que la internacionalización no sólo afecta a las empresas sino también a las personas y a otros ámbitos como el Sistema de Ciencia y Tecnología, la Sanidad e, incluso, las propias instituciones.

…estratégico y flexible

- Se ha proporcionado un doble enfoque. Por un lado se ha querido que fuera un plan ESTRATÉGICO pero a la vez FLEXIBLE. Por eso se le ha dotado de un horizonte temporal de tres años al objeto de ser un instrumento que hiciera frente a los retos de la internacionalización, retos de largo plazo, pero que también se adaptara a la de la incertidumbre económica de la crisis económica que padecemos en la actualidad.

…una herramienta de gestión

- Era importante que el documento final fuera también un INSTRUMENTO DE GESTIÓN, proporcionando un marco para ofrecer un sistema de seguimiento del Programa y permitiera también evaluar el grado de cumplimiento del mismo.

…orientado a la acción

- Se trataba de que el programa estuviera claramente ORIENTADO A LA ACCIÓN, estableciendo y definiendo programas e iniciativas concretos con un despliegue que determinara objetivos, indicadores, responsables, cronograma y presupuesto.

…de fácil comunicación

- Era también muy relevante que el Programa fuera COMPRENSIBLE, a fin de favorecer la visualización de los retos y factores clave del programa y mejorar los procesos de comunicación a la ciudadanía y a los agentes socioeconómicos, especialmente a las empresas.

En definitiva se trataba de realizar un Programa AMBICIOSO Y REALISTA, acorde con las condiciones y capacidades de partida y la importancia de los retos a los que se tiene que enfrentar la economía asturiana.

Los criterios estratégicos

Durante el proceso de discusión y debate del Plan se han incorporado algunos criterios estratégicos que alumbran e inspiran la filosofía del mismo y que queremos citar en esta introducción:

Especialización

- Especialización de los agentes impulsores de la internacionalización, de los promotores que integran la red exterior y de las propias actuaciones de promoción.

Enfoque al cliente

- Enfoque al cliente ajustándose a sus necesidades y requerimientos, ofreciendo cuando fuera necesario un servicio a medida a las empresas.

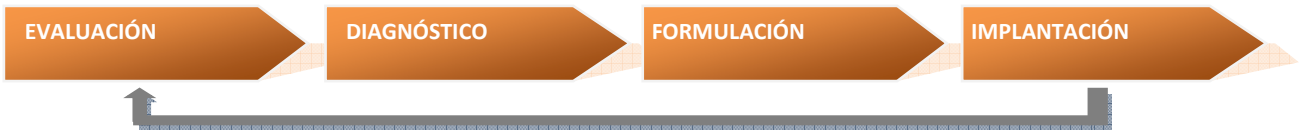
Orientación comercial

- Orientación comercial de los servicios, donde los agentes de promoción se entienden como comerciales que tiene que vender un catálogo que en este caso es la oferta exportadora de las empresas asturianas

Cooperación

- Cooperación entre empresas para abordar colaborativamente procesos de internacionalización y entre instituciones para garantizar la coordinación entre ellas y el uso eficiente de los recursos públicos.

El proceso de elaboración del programa ha seguido el siguiente proceso iterativo, por otro lugar, común a los planes de esta índole:



Durante este proceso se han ido elaborando los siguientes documentos:

- Evaluación del PIE 2009-2012.
- El Comercio Exterior en Asturias.
- La inversión extranjera en Asturias.
- El Comportamiento de la empresa asturiana ante los mercados exteriores.
- La Empresa Extranjera en Asturias.
- Mejores prácticas de política de promoción internacional.
- Mejores prácticas de captación de inversión extranjera directa.

Se han elaborado y debatido, además, diferentes informes sobre objetivos estratégicos e iniciativas. Todo ello, se resume e integra en este documento a modelo de Presentación del Programa de Internacionalización Empresarial 2013-2015.

2.- MARCO GENERAL

La elaboración del presente Programa de Internacionalización Empresarial del Principado de Asturias 2013-2015 responde a la necesidad, no sólo de dar continuidad a la trayectoria de planificación de la política de promoción exterior iniciada por el Gobierno de Asturias en 2002, sino también de afrontar la salida de la crisis actual bajo un nuevo modelo económico basado en la competitividad sostenible.

El sector exterior como palanca de recuperación

La política de promoción internacional llevada a cabo durante los últimos más de diez años ha contribuido a obtener resultados record en el sector exterior asturiano que han permitido amortiguar la debilidad de la demanda interna local y nacional. El sector exterior está actuando como palanca de la recuperación económica y superación de la crisis. Por ello, existe la convicción, tanto desde los responsables de la política económica, como de los agentes económicos y sociales, que debe seguir apostándose por impulsar el acceso de las empresas asturianas a los mercados internacionales.

Una política de consenso social

Así lo reconocía el último Acuerdo por el Empleo y el Progreso de Asturias 2013-2015 firmado por el Gobierno de Asturias y los agentes económicos y sociales que afirmaba que la política de promoción exterior debía centrarse en "crecer en el volumen de exportaciones, diversificar destinos e incrementar el número de empresas exportadoras", con el objetivo de priorizar la sostenibilidad de las empresas. El presente Programa de Internacionalización Empresarial se ha encargado precisamente de desplegar estos objetivos que, como veremos, finalmente se han concretado en:

- Incrementar la base exportadora empresarial.
- Consolidar y diversificar mercados y sectores estratégicos.
- Redimensionar la empresa asturiana mediante la cooperación para acceder a los mercados internacionales.
- Atraer y fidelizar la inversión extranjera en Asturias.
- Optimizar los recursos del sector público destinados a la internacionalización.

Coordinación institucional

Para llevar a buen término este proyecto es necesario, en línea con lo que se ha trabajado en los últimos años, el impulso y coordinación de todas las instituciones y agentes implicados (Gobierno, IDEPA, ASTUREX, FADE, Cámaras, ICEX, etc.), como forma de garantizar un uso eficiente y racional de los recursos públicos.

Imbricar al Principado en el nuevo modelo económico

El hilo argumental de este Programa es que no sólo nos enfrentamos ante una crisis económica -de hecho hay muchos países y regiones del mundo que no lo están sufriendo (Asia, Latino América, Norte América, algunos países del norte de Europa, etc.)- sino más bien nos encontramos ante un cambio de modelo. Es lo que algunos análisis han llamado la "nueva normalidad". Esta idea se basa en el concepto de que la crisis actual no es una crisis cíclica, sino una crisis estructural que va a dar pie a un nuevo paradigma cuyos elementos están todavía en ciernes pero que algunos se vislumbran claramente: el cambio de centralidad económica hacia Asia, el papel de las clases medias en los nuevos países en vías de desarrollo, la importancia del medio ambiente, la globalización de las cadenas de fabricación, etc. El reto al que nos enfrentamos es precisamente imbricar a la economía del Principado de Asturias en este nuevo modelo cuyos elementos básicos tienen que ver todos con el proceso (acelerado) de globalización y cambio tecnológico.

Las empresas no son ajenas al cambio de modelo

Es importante entender que muchos de estos cambios afectan directamente a las empresas. La competencia surge por doquier, hay clientes y proveedores que desaparecen, otros nacen, las cadenas de producción industriales se hacen más complejas y se globalizan, la tecnología se convierte en el elemento central de competitividad. Las empresas no son ajenas a estos grandes cambios que se producen en el entorno internacional. El presente Programa precisamente pretende facilitar la inserción de las empresas asturianas en este contexto internacional.

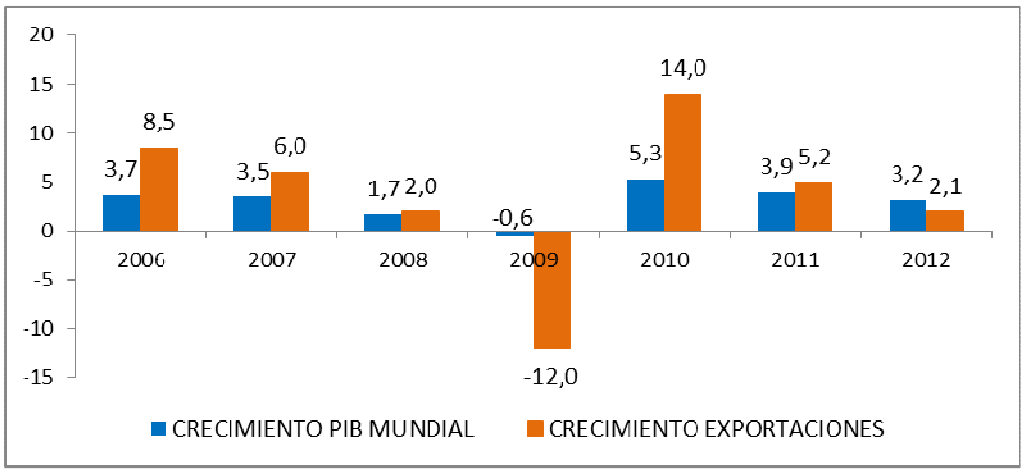
Una prioridad para el futuro de Asturias

En estos momentos extraordinariamente difíciles para las empresas, de graves desajustes presupuestarios y con un escenario nacional y mundial aceleradamente cambiante, la internacionalización se antoja como una prioridad para el futuro de Asturias. Una prioridad alrededor de la cual se tendrán que movilizar los recursos de las distintas instituciones.

3.- CAMBIOS EN EL CONTEXTO INTERNACIONAL

La economía mundial ha vivido un intenso proceso de globalización en las dos últimas décadas. Los flujos comerciales se han intensificado y sistemáticamente el ratio de crecimiento del comercio mundial ha superado los crecimientos de la producción, salvo alguna excepción en estos últimos años de crisis (2009 y 2012). No debe extrañar, pues, vistas estas cifras, que el impulso del sector exterior sea prioritario en las estrategias de desarrollo de todos los países y regiones del mundo.

Figura 1. Crecimiento del PIB y Exportaciones mundiales



Fuente: OMC

Las razones de un proceso

Son muchas las razones que explican este acelerado proceso de internacionalización al que estamos asistiendo. Sin ánimo de ser exhaustivo, simplemente enumeramos a continuación los principales factores que permiten entender este proceso:

Nuevas tecnologías de la información y comunicación

- Desarrollo acelerado de las nuevas tecnologías de la información que ha dado pie a la nueva economía del conocimiento y ha permitido, entre otras muchas cosas, facilitar la internacionalización del sector servicios a actividades que hasta ahora eran impensables. Las barreras entre bienes y servicios comercializables y no comercializables se están diluyendo.

Redes de comunicación y transporte

- Desarrollo de infraestructuras y redes de transporte que han acortado drásticamente las distancias entre países y regiones y que afecta tanto a personas como mercancías.

Tecnologías facilitadoras

- Desarrollo de las nuevas tecnologías que se relacionan y afectan a todas las actividades de la economía: informática, telecomunicaciones, energías alternativas, robótica, biotecnología, nanotecnología, técnicas de fabricación y utilización de nuevos materiales. La introducción de estas tecnologías está sujeta a cambios acelerados que provocan una rápida y constante obsolescencia tecnológica y obliga a las empresas a estar atentas (observatorios) al continuo cambio y adaptarse permanentemente a las circunstancias. Por eso no es de extrañar que se hable cada vez en mayor medida de organizaciones flexibles. Muchas de estas tecnologías entran en el ámbito de lo que se han llamado tecnologías facilitadoras esenciales (KET, Key Enabling Technologies, en la terminología anglosajona) con gran capacidad para transformar la industria tradicional.

Acuerdos multilaterales y regionales

- Acuerdos multilaterales de libre comercio (OMC) y acuerdos regionales comerciales y políticos (UE, MERCOSUR, y un largo etcétera) que han incrementado los flujos comerciales internacionales y alimentado la interrelación entre las distintas economías del mundo. Estos acuerdos, tanto multilaterales como los regionales, han contribuido al progresivo proceso de liberalización y apertura comercial al que hemos asistido paulatinamente desde la segunda mitad del siglo pasado.

Integración de nuevos países en el comercio mundial

- Apertura de economías emergentes y nuevos mercados, en especial de los países asiáticos que han desplazado el mapa geopolítico hacia el este, con la aparición de nuevos países con voz y capacidad de influencia en los grandes centros de decisión mundiales (FMI, G- 20, etc.).

Rasgos distintivos

Este fenómeno de internacionalización al que estamos asistiendo no es algo nuevo, ya se han producido en otras épocas de la historia- pero sí presenta algunos rasgos distintivos que conviene resaltar:

Irreversible

- Es un fenómeno irreversible. No hay marcha atrás. Las cosas no volverán a ser como antes. Ni incluso las tentaciones proteccionistas que a veces se invocan como un peligro del proceso de globalización parecen tener posibilidades reales de arraigarse.

Acelerado

- Los cambios se producen aceleradamente, lo que dificulta que las empresas, sobre todo las pequeñas, se posicionen y respondan adecuadamente. Las fórmulas de colaboración interempresarial, de muy distinta índole y naturaleza, aparecen así como una solución para que las pequeñas y medianas empresas se enfrenten a esta nueva coyuntura.

Nadie excluido

- Nadie, ningún país, ningún sector- es ajeno ni queda excluido de la internacionalización. Esto supone oportunidades para países que hasta ahora estaban alejados de la centralidad económica y la aparición de nueva competencia para nuestras empresas. Supone también que actividades que hasta ahora estaban al abrigo de la competencia internacional, ahora pueden sentirse fuertemente afectadas.

Mayor vulnerabilidad

- El mundo es más más vulnerable, algo perfectamente perceptible con los grandes desastres medioambientales que pueden tener un impacto internacional.

Características

A efectos del presente Programa queremos destacar las siguientes características del proceso de internacionalización que han influido en el enfoque y concreción del mismo:

Sistémico

- La economía se entiende como un conjunto de sistemas y subsistemas muy complejos y variados, interrelacionados entre sí, en los que todos están sujetos e implicados en el proceso de la internacionalización. Nadie ni nada queda al margen de la internacionalización. Por eso, no es una cuestión sólo de las empresas sino que también afecta a las personas, los centros tecnológicos, las universidades, la sanidad …

No solo una cuestión de ventas

- Se trata de un proceso que influye en todas las actividades y funciones de la empresa y no sólo en el ámbito comercial. Es verdad que es la vertiente de ventas la que más atención recibe en los planes de internacionalización, pero no hay que olvidar que otras funciones de la empresa están íntimamente afectadas por este proceso: compras, producción, recursos humanos, tecnología…

Integración en la estrategia de la empresa

- Es un proceso irreversible y vivo, no el refugio coyuntural de la empresa en momentos de caída de la demanda nacional. Se entiende que es un proceso que debe integrarse en la estrategia general de las empresas. No consiste en una o varias acciones puntuales emprendidas ocasionalmente cuando el mercado local o nacional se derrumba, sino se considera que debe ser un proceso sostenible en el tiempo.

Afecta a todos los sectores

- Se trata de un proceso que afecta a todos los sectores de la economía (Primario, Industria, Servicios, Distribución). Precisamente, hemos asistido en las últimas décadas a un incremento acelerado del comercio mundial de las manufacturas y, especialmente, de los servicios comerciales, en definitiva, un incremento del comercio de los productos y servicios de mayor valor añadido.

El comercio internacional es una oportunidad para que las empresas crezcan y se diversifiquen. Por eso, en este Programa se propone que el sector exterior actúe como palanca para combatir a la crisis y a la caída de la demanda interna. Precisamente, se observa que son las empresas más internacionalizadas -grandes y pymes-, no sólo las del IBEX 35, las que han aguantado mejor los efectos de la crisis.

Las Pymes también pueden salir al mercado exterior

Ahora bien, hay una pregunta importante a la que los responsables de la política de promoción exterior tienen que intentar responder. ¿Pueden las pequeñas empresas – gran parte del tejido productivo asturiano- también internacionalizarse?

Ciertamente, la evidencia empírica confirma que el tamaño importa en todos los sectores y actividades y que hay un vínculo entre el tamaño de la empresa y la internacionalización y el I+D+i. Nos enfrentamos ante un proceso que requiere planificación, organización, inversión, toma de decisiones y asignación de recursos. Algo propio de empresas estructuradas y de tamaño. En definitiva, los procesos de internacionalización requieren tiempo para concretar resultados que nunca son inmediatos. De nuevo, algo más fácil de conseguir en empresas con mayor capacidad financiera.

En consecuencia, la internacionalización- como cualquier inversión- va asociada a riesgos, que pueden ser altos en el caso de las pymes. Pero, también es cierto que esas empresas tienen otras formas de defenderse y hacer frente a los mismos. ¿Cómo? En nuestra opinión de las siguientes maneras:

Multinacionales de nicho

- Apostando por convertirse en multinacionales de nicho con productos diferenciados. Se considera "pymes multinacionales de nicho" aquellas empresas que exportan más del 50% de su facturación, llegan a más de 30 países y se concentran en un producto específico.

Segmentación

- Realizando una estrategia de segmentación muy precisa.

Diferenciación

- Buscando la mayor diferenciación posible.

Born Global

- Aplicando una estrategia de internacionalización desde su nacimiento, especialmente en aquellos sectores muy vinculados a las nuevas tecnologías (los sectores Bío y TIC`s pueden ser un buen ejemplo). Es lo que se ha llamado empresas "born global".

Cooperación

- Adaptando estrategias de alianzas con otras empresas locales (consorcios de exportación, grupos de promoción comercial) o internacionales (joint - venture, participación en redes).

Son todas ellas estrategias empleadas por las pymes que han demostrado éxito en otros países y regiones de Europa y del mundo.

En este contexto de cambios estructurales radicales, no queremos perder de vista, sin embargo, la evolución coyuntural de la economía internacional que nos enfrenta al marco económico del presente Programa de Internacionalización Empresarial.

Desigual proceso de recuperación de la economía mundial

Así, según las diferentes fuentes internacionales (FMI, OCDE, OMC), tras la fuerte recesión experimentada en el período 2008-2009, la economía mundial ha emprendido un lento y desigual proceso de recuperación que ha afectado de distinta forma a los países en función de su grado de desarrollo económico y exposición a las turbulencias financieras.

Las economías avanzadas experimentaron – en los años más duros de la crisis- una caída mucho más fuerte del Producto Interior Bruto que las economías emergentes y en desarrollo, y también han iniciado un período de recuperación más débil en los años posteriores. Entre las causas que explican este comportamiento del grupo de economías más avanzadas están los programas de reducción de déficits públicos y contención de la deuda pública que se han puesto en marcha en los últimos años, así como el proceso de desapalancamiento financiero que está teniendo lugar en el sector privado de estas economías.

Por su parte, la mayoría de las economías emergentes y en desarrollo han seguido experimentando un crecimiento sólido y continuado (un crecimiento medio del 5,1% en 2010-2012).

Lenta recuperación de la zona Euro

En cuanto a las previsiones para los próximos años, el Fondo Monetario Internacional estima una leve recuperación a nivel global que se intensificará en la segunda mitad del año 2013, especialmente en Estados Unidos. En el área euro, donde se mantendrán las políticas de ajuste fiscal, continuará la recesión durante el año 2013, aunque – según esta misma institución- comenzarán a despejarse los obstáculos que frenan la recuperación de la economía. La previsión para 2014 era de un crecimiento del 1% en la zona euro, recientemente revisada a la baja. Por último, continuará el crecimiento en las economías emergentes aunque no a los ritmos registrados en los años 2010-2012, teniendo en cuenta la dependencia que estas economías tienen de la demanda externa proveniente de los países desarrollados.

En definitiva, éste es el escenario económico internacional al que se enfrentan las empresas asturianas. Un escenario de cambios estructurales en una coyuntura de turbulencias explosivas.

Tabla 1. Previsión PIB mundial y principales Países

	2012	2013	2014
Mundo	3,1	3,1	3,8
Economías Avanzadas	1,2	1,2	2,1
Estados Unidos	2,2	1,7	2,7
Área Euro	-0,6	-0,6	0,9
Economías Emergentes y en desarrollo	4,9	5,0	5,4
Rusia	3,4	2,5	3,3
China	7,8	7,8	7,7
India	3,2	5,6	6,3
Brasil	0,9	2,5	3,2
México	3,9	2,9	3,2

Fuente: FMI, Abril 2013

4.- CAMBIOS EN EL COMERCIO EXTERIOR ESPAÑOL

Mejora de la balanza comercial española

La economía española ha realizado un destacado avance en los últimos años en su proceso de internacionalización. Se ha asistido a una progresiva mejora de los desequilibrios en la balanza comercial, que viene reduciendo gradualmente su déficit en los últimos años y cuyo dato en 2012 se situaba en -30,7 miles de millones de euros, déficit notablemente inferior al registrado en el acumulado anual del año 2011, -47,9 miles de millones de euros.

El sector exterior se ha convertido- muy especialmente desde 2010- en la palanca de la economía española para recuperar la senda del crecimiento y la generación de empleo. Las exportaciones de bienes –además del turismo- ya registraron un buen comportamiento desde la incorporación al euro hasta la crisis de 2008 pero, sobre todo, tras la fuerte caída de 2009, han superado el nivel de pre-crisis tanto en 2010 como en 2011y 2012.

Mejora de la competitividad de las empresas

El aumento de las exportaciones ha estado impulsado por la mejora de la competitividad de las empresas españolas y por la creciente diversificación de los mercados destino.

Las grandes empresas españolas han salvado sus balances y cuentas de resultados por su comportamiento exterior. Son las empresas más internacionalizadas las que mejor se han comportado en estos años de crisis y dificultades económicas. Y no sólo, como ya hemos explicado, las grandes empresas, también las pequeñas y medianas.

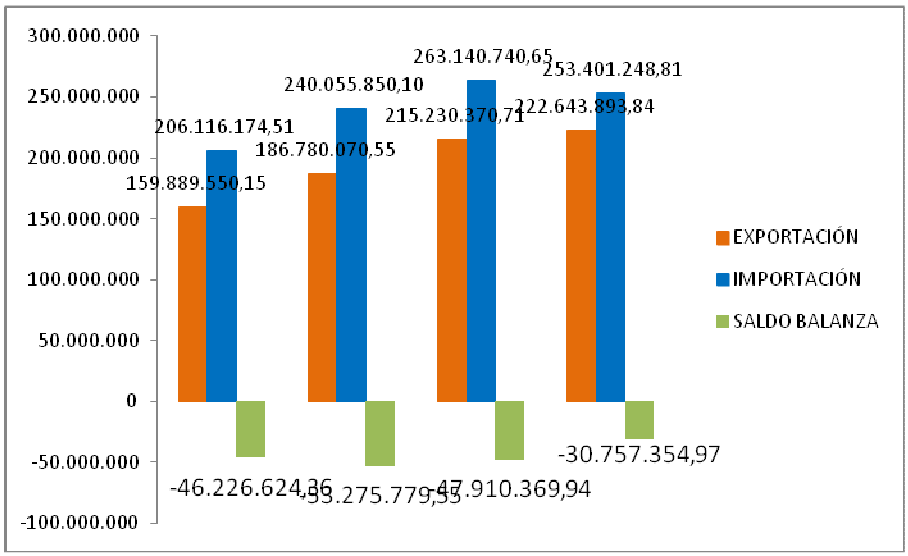
Ampliación de la base exportadora

Así, son muchas las empresas que han iniciado sus procesos de internacionalización acuciadas por la caída del mercado nacional. En 2012, aumentaron el número de empresas exportadoras un 12% y, más importante aún, el número de exportadores regulares aumentó en un porcentaje del orden del 3%.

Por su parte, la caída de la demanda interna también ha impactado sobre las importaciones. En 2012, por ejemplo, las importaciones cayeron un 2,85%, con disminuciones en el conjunto de las partidas, excepto en el renglón de productos energéticos.

En conjunto, el comportamiento de ambas variables -exportaciones e importaciones- ha supuesto que la balanza comercial esté mejorando paulatinamente en los últimos años.

Figura 2. Evolución Balanza Comercial Española 2009-2012 (M€)



Fuente: Datacomex

Así, a finales de 2012, el déficit comercial se redujo hasta los citados 30,7 miles millones de euros, lo que ha supuesto que la tasa de cobertura, es decir el porcentaje de las importaciones que se puede pagar con las exportaciones, haya alcanzado un 87,86%.

En este último ejercicio, los principales sectores exportadores han sido bienes de equipo, alimentación, química, automoción y semimanufacturas.

Reorientación del comercio exterior español

Por áreas geográficas, la desaceleración de las principales economías de la UE ha acentuado la reorientación del comercio exterior español, con un descenso del peso de las exportaciones dirigidas a la UE en beneficio del resto del mundo.

En concreto, se reduce el saldo deficitario con Alemania, se mantienen crecientes los saldos con Francia, Reino Unido, Portugal e Italia y crecen las exportaciones a Estados Unidos y los mercados emergentes (China, Brasil, Rusia, etc.).

Como consecuencia de esta reorientación de las exportaciones a áreas no tradicionales, la participación de las exportaciones a la UE ha pasado de un 80,1% en 2007 a un 62,8% en 2012.

Hay que resaltar que en marzo de 2013 asistimos al primer superávit de la balanza comercial desde 1971, con un saldo positivo de 1.006,2 millones de euros. Este comportamiento tuvo lugar en un contexto de crecimiento moderado de las exportaciones y de reducción significativa de las importaciones. Ciertamente, la balanza comercial volvió a registrar un ligero déficit en abril de este mismo año, pero ya con un fuerte crecimiento de las exportaciones (y de las importaciones) que confirman la buena sintonía del sector exterior español que parece va a consolidarse a lo largo de todo el ejercicio. La tasa de cobertura en este último mes de abril se sitúo en el 93%.

En resumen, tres razones explican el comportamiento reciente del sector exportador español.

Primero, la sustancial mejora de la competitividad, gracias la devaluación interna que ha sufrido nuestra economía (medida en términos de reducción de los costes laborales e incremento de la productividad) que ha permitido una mejora muy significativa de los costes laborales unitarios.

Segundo, la diversificación de los mercados españoles de destino que ha permitido reducir sensiblemente la dependencia de la UE y de la zona euro.

Y, por último, la ampliación de la base exportadora, con un aumento en el número de empresas españolas que han accedido a los mercados exteriores empujadas por la caída de la demanda y el consumo interno.

5.- CAMBIOS EN EL SECTOR EXTERIOR ASTURIANO

Balance positivo del sector exterior asturiano

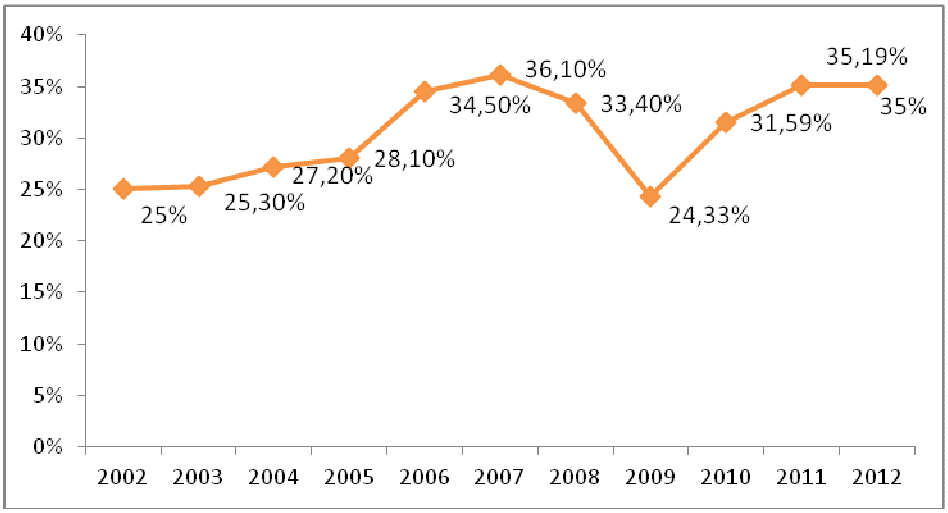
El sector exterior asturiano se ha comportado de una manera positiva en el período 2009-2012, mostrando altas tasas de cobertura, una creciente propensión exportadora y una fuerte reducción en el desequilibrio de la balanza comercial, que presenta un déficit muy ligero en el año 2012. El sector exterior, al igual que en la economía española en su conjunto, se está convirtiendo en uno de los nuevos motores de la economía asturiana.

Esta evolución ha sido el resultado, en parte, de más de diez años de planificación en materia de promoción internacional y de un esfuerzo institucional de coordinación y acuerdo social.

La apertura comercial es del 35%

El resultado está a la vista. La evolución de la apertura comercial, (Exportaciones + Importaciones) / PIB), de un país o región, que suele utilizarse como medida de la intensidad de las relaciones comerciales de una región con el resto del mundo, y muestra el grado de involucración que tiene ésta en el comercio internacional en relación a su actividad económica total, se situaba en 2002 en una cifra del orden del 25%. Diez años más tarde, esta cifra estaba 10 puntos por encima, en cifras cercanas al 35%.

Figura 3. Evolución Apertura Asturias 2002-2012



Fuente: ICEX.

No obstante queda todavía mucho camino por recorrer, puesto que en los últimos años la apertura comercial en España es como media 10 puntos porcentuales más alta que en Asturias, lo que refleja que el Principado está por debajo de su capacidad potencial en lo que se refiere a la participación de sus relaciones comerciales con el resto del mundo.

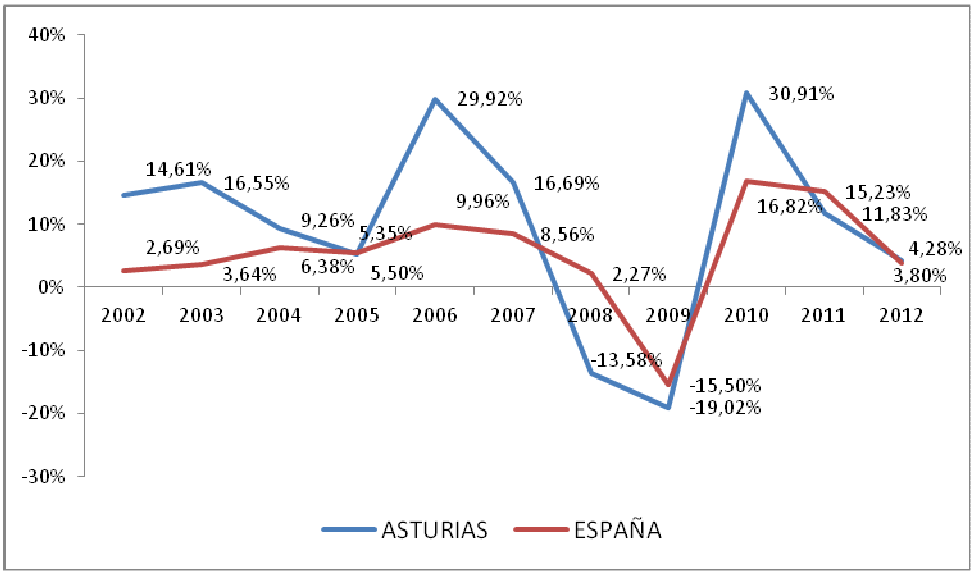
La explicación de esta tendencia está relacionada con la estructura económica asturiana y su especialización en industrias básicas tradicionales (minería, siderurgia, energía y bienes de equipo), que nacieron en un contexto de desarrollo económico promovido por el Estado y con una orientación hacia el mercado interno que – con gran esfuerzo de todos- se está cambiando paulatinamente.

El peso de la exportación en Asturias no se corresponde con su peso económico

Asturias ha tenido tradicionalmente una participación en las exportaciones españolas inferior a lo que le corresponde por el tamaño de su economía, situación que aunque corrigiéndose lentamente, se ha mantenido en los últimos años. El peso de las exportaciones asturianas sobre el total de las exportaciones nacionales ha rondado el 1,75%, mientras que el peso del PIB asturiano sobre el PIB nacional se situaba aproximadamente en el 2,10%.

Analizando la evolución de las exportaciones en los últimos diez años, se observa que éstas crecieron con más fuerza que las del conjunto de España en el período 2002-2007, aunque acusaron en mayor medida el impacto de la crisis financiera en 2008 y 2009. A partir del ejercicio 2009, se han recuperado con fuerza, incluso por encima de la media española en los períodos posteriores, hasta recuperar e incluso superar los registros anteriores al estallido de la crisis. Los datos provisionales del primer trimestre de 2013, sin embargo, no son buenos, lo que hace, si cabe, más urgente la puesta en marcha del presente Programa.

Figura 4. Tasa de crecimiento en las exportaciones: España y Asturias 2002-2012



Fuente: ICEX

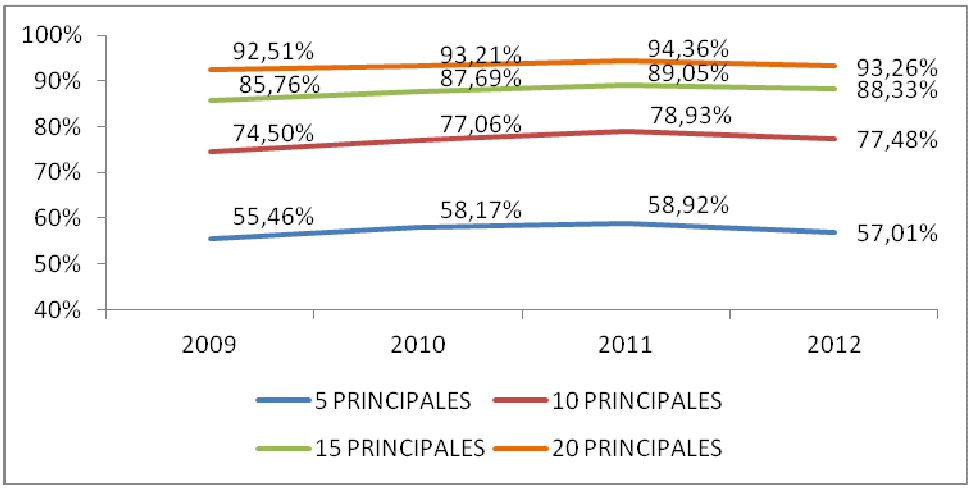
En concreto, en 2012, la balanza comercial arrojó un déficit de 28,81 millones de €. Respecto al año anterior aumentaron las exportaciones y disminuyeron las importaciones. La tasa de cobertura se situó, como se ha explicado, en el 99,26%.

Las exportaciones en 2012 alcanzaron los 3.856,74 millones de euros, un 4,3% más que el año anterior, y se situaron un 5% por encima de la cifra de 2007, cuando se alcanzó un máximo histórico.

La concentración sectorial mejora levemente

La exportación asturiana está protagonizada por las empresas industriales pertenecientes a los sectores tradicionalmente importantes de la industria básica, pero están creciendo otros productos como los alimentos, los productos energéticos, las materias primas, y los bienes de consumo duradero. La concentración de la exportación en función de los productos exportados ha mostrado una evolución ligeramente favorable en el período 2011-2012, puesto que está descendiendo el peso de los 5, 10, 15 y 20 primeros productos en el total de las exportaciones. Además, están aumentando las partidas exportadas por valor de más de cinco millones de euros.

Figura 5. Concentración Sectorial de las Exportaciones - Asturias



Fuente: Datacomex

En el subsector de semimanufacturas, el más importante en volumen, los metales no ferrosos, han superado en exportaciones al hierro y acero en los últimos cuatro años, aunque éstos también han crecido de forma sostenida. Los productos químicos, y en concreto los abonos, han crecido también de forma intensa en el período 2009-2012.

El segundo sector en importancia, los bienes de equipo, han crecido un 10,51% en el período 2009-2012, y en el mismo destacan los equipos de oficina y telecomunicación que han presentado una evolución muy favorable con un aumento del 56,26%, la maquinaria para ciertas industrias, que incluye sectores que han crecido con vigor como la maquinaria de obras públicas (+17,65%), la maquinaria para uso general (+16,89%), y para ciertas industrias (+47,66%), los aparatos eléctricos (+21,70%) y los de precisión (+36,01%).

Los bienes de equipo, sector diversificado por mercados

Conviene resaltar que las exportaciones de bienes de equipo -por la propia naturaleza de su actividad- presentan un menor grado de concentración que otros sectores industriales, tanto por cantidades como por la zona geográfica a la que se dirigen. Ninguno de los cuatro principales mercados pertenece a la Unión Europea en las exportaciones del año 2012.

Las materias primas, tercer sector exportador en importancia, aumentaron un 46,59% en el período 2009-2012, con un fuerte incremento de las materias primas animales y vegetales, que ha crecido un 41,24% y la partida de menas y minerales, con un crecimiento del 60,83% en el mismo período.

El cuarto sector en importancia, los alimentos, aumentaron un 9,58%, siendo las partidas más importantes los lácteos y huevos con un aumento del 21,13% y los preparados alimenticios que descendieron un -5,80%.

La matriz de relevancia económica / exportadora ofrece una perspectiva sobre el peso que tiene cada sector en el VAB regional, frente al peso exportador del sector en las exportaciones totales.

Tabla 2. Matriz Valor Añadido Bruto - Exportaciones

		EXPORTACIÓN	
		Entre 0% y ‹2%	› 3%
VALOR AÑADIDO BRUTO	Entre 0 y ‹2%	(1,84%) Agricultura y Ganadería (0,2%) (0,16%) Industria textil, confección, cuero y calzado (0,9%) (0,87%) Fabricación muebles, otras industrias manufactureras y reparación e instalación de maquinaria y equipo (0,7%)	(0,68%) Industria de la madera y del corcho, industria Del papel y artes gráficas (6,8%) (1,14%) Coquerías y refino de petróleo; industria Química; fabricación de productos farmacéuticos (11,1%) (1,77%) Fabricación de productos de caucho y plásticos y de otros productos minerales no metálicos (4,9%) (1,015) Fabricación de productos informáticos, Electrónicos y ópticos; fabricación de material y equipo eléctrico; fabricación de maquinaria y equipo n.c.o.p. (8,5%) (0,66%) Fabricación de material de transporte (8,5%)
	Entre 2% y ‹ 3%		(2,46%) Industria de la alimentación, fabricación de bebidas e industria del tabaco (7,0%)
	› 3%	(4,69%) Industrias extractivas de minerales diversos (1,7%)	(6,72%) Metalurgia y fabricación de productos Metálicos, excepto maquinaria equipo (49,2%)

Fuente: Elaboración propia

El destino de las exportaciones se ha diversificado

En cuanto a los destinos, se observa un proceso gradual de diversificación geográfica: el número de países a los que exportaba en 2009 era de 139; en 2012 se exporta a 158 países. El número de países a los que se exportaba más de 10 millones de euros ha pasado en este mismo periodo de 33 a 44.

La Unión Europea sigue siendo el primer destino de las exportaciones asturianas. No obstante, su importancia ha descendido considerablemente en este período pasando de un 63,28% en 2009 a un 56,24% en 2012, y esto ha sucedido en un período en el que se han incrementado las exportaciones totales en un 49,87 %.

Han ganado protagonismo las exportaciones al norte de África, que ha aumentado su importancia en el total de forma considerable, igualándose en importancia a zonas que eran destino tradicional de las exportaciones como es el caso de América del Sur.

En los últimos años han crecido también con fuerza mercados no tradicionales de la economía asturiana, como Turquía (sexta en el ranking de 2012), China (novena en ese mismo ranking), y otros tradicionales como Italia que pasó del quinto al tercer puesto en el ranking global de mercados. Mercados como los de Brasil y Perú en América del Sur y Argelia y Marruecos en el Norte de África han presentado también crecimientos importantes.

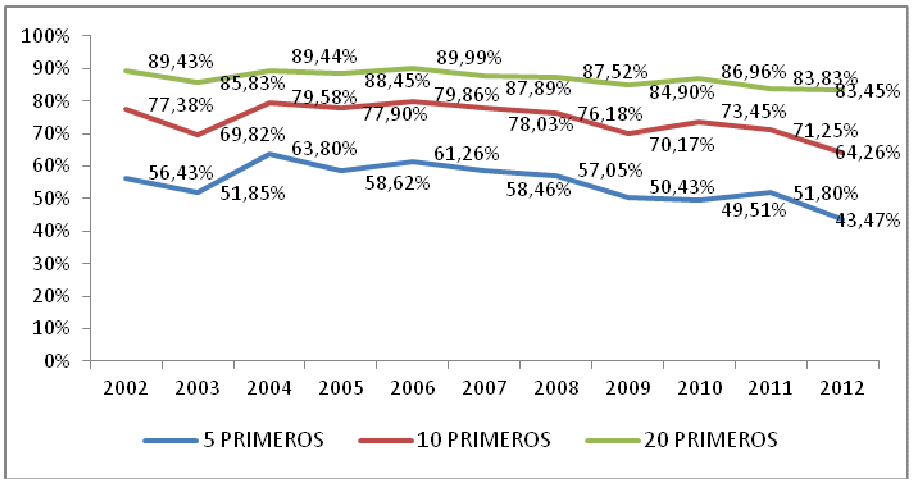
Tabla 3. Ranking de los 10 primeros mercados

2009		2010		2011		2012	
Alemania	15,16%	Francia	12,69%	Alemania	14,10%	Alemania	11,29%
Portugal	11,41%	Alemania	12,67%	Francia	13,98%	Francia	10,24%
Francia	10,82%	Portugal	8,70%	Italia	10,21%	Italia	8,53%
EE.UU.	6,52%	Italia	7,95%	EE.UU.	6,79%	EE.UU.	7,19%
Italia	6,51%	Estados Unidos	7,51%	Portugal	6,72%	Portugal	6,21%
Países Bajos	5,27%	Bélgica	5,62%	Turquía	4,83%	Turquía	5,02%
Bélgica	4,23%	Reino Unido	5,44%	Países Bajos	4,32%	Bélgica	4,39%
Reino Unido	3,73%	Países Bajos	5,43%	Bélgica	4,07%	Países Bajos	3,85%
India	3,54%	Turquía	4,41%	Reino Unido	3,87%	China	3,78%
Brasil	2,99%	Brasil	3,04%	Noruega	2,35%	Reino Unido	3,75%
	70,17%		73,45%		71,25%		64,26%

Fuente: ICEX

El proceso de diversificación geográfica se corrobora a través del estudio de la evolución del grado de concentración en torno a los primeros mercados, pues ha caído de manera importante el peso que tienen los cinco, diez y veinte primeros mercados en el total de los destinos de exportación.

Figura 6. Grado de concentración de las exportaciones - Asturias



Fuente: ICEX

En opinión del sector empresarial, sin embargo, todavía hay recorrido para el crecimiento de las exportaciones a países desarrollados, como es el caso de Alemania, Italia, Francia, Estados Unidos, Bélgica, Reino Unido o Canadá, pues este grupo de países son protagonistas de una parte muy importante del crecimiento de las exportaciones asturianas en los últimos cuatro años.

Este último dato parece esperanzador, puesto que muestra que las exportaciones asturianas son capaces de competir e incluso crecer en los mercados más competitivos del mundo, en un entorno de libre comercio en el caso de la UE, y en una coyuntura 2009-2012 francamente negativa para el comercio internacional.

Ranking de los mercados por sector

En un análisis más detallado sector-país se observa que Alemania, Estados Unidos e Italia y China son los principales mercados para los metales no ferrosos. En el caso del hierro y acero, se incrusta en tercer lugar Turquía. En el caso de los bienes de equipo, como se ha dicho, la diversificación es mayor todavía. Ninguno de los cuatro primeros países del ranking pertenece a la UE. El principal mercado es Estados Unidos y luego le siguen Marruecos, Brasil y Emiratos Árabes.

Tabla 4. Ranking de los veinte primeros mercados por subsector

ALIMENTOS	PRODUCTOS ENERGÉTICOS	MATERIAS PRIMAS	SEMIMANUFACTURAS		BIENES DE EQUIPO		SECTOR AUTOMÓVIL	BIENES CONSUMO DURADERO	MANUFACTURAS DE CONSUMO	OTRAS MERCANCÍAS
LÁCTEOS Y HUEVOS	CARBÓN	M.P. ANIMALES Y VEGETALES	METALES NO FERROSOS	HIERRO Y ACERO	MAQ. ESPECIFICA PARA INDUSTRIAS ESPECIFICAS	OTROS BIENES DE EQUIPO	COMPONENTES DEL AUTOMÓVIL	ELECTRÓNICA DE CONSUMO	CONFECCIÓN Y TEXTIL	OTRAS MERCANCÍAS
México	Argelia	Países Bajos	Alemania	Portugal	Estados Unidos	Estados Unidos	Alemania	Marruecos	Alemania	Bélgica
Portugal	Reino Unido	Italia	Estados Unidos	Francia	Marruecos	Francia	Bélgica	Austria	Francia	Canadá
Italia	Suecia	Alemania	Italia	Turquía	Brasil	Bélgica	Italia	Túnez	Bélgica	Estados Unidos
Francia	México	Francia	China	Italia	Emiratos Árabes Unidos	Venezuela	Francia	México	Japón	Alemania
Países Bajos	Francia	Reino Unido	Turquía	Países Bajos	Alemania	Perú	Rumanía	Senegal	Marruecos	Austria
Bélgica	Marruecos	Polonia	Francia	Estados Unidos	Rusia	Portugal	Austria	Nicaragua	Italia	Portugal
Egipto	Noruega	Turquía	Polonia	Finlandia	Francia	Egipto	Estados Unidos	Chile	Corea del Sur (Rep. de Corea)	México
Argelia	Venezuela	Hong-Kong	Reino Unido	Egipto	India	Reino Unido	Polonia	Taiwán	Portugal	Italia
Grecia	Portugal	Túnez	Portugal	Alemania	México	Alemania	China	Cuba	Suiza	Argentina
Estados Unidos	Croacia	Estados Unidos	Países Bajos	Arabia Saudí	Irán	Brasil	Turquía	China	Estados Unidos	Francia
Andorra	Alemania	Portugal	Cuba	Brasil	Arabia Saudí	Chipre	India	Andorra	China	Malasia
Dinamarca	Italia	China	Rusia	Letonia	Turquía	Austria	Reino Unido	Francia	Sudáfrica	Sudáfrica
Filipinas	Egipto	Taiwán	República Checa	Reino Unido	Mauritania	Canadá	Cuba	Portugal	Argentina	Colombia
Túnez	Líbano	Cuba	Arabia Saudí	Argelia	Egipto	Países Bajos	Sudáfrica		Luxemburgo	Polonia
Marruecos	Turquía	México	Sudáfrica	India	Venezuela	Marruecos	Países Bajos		Andorra	Tailandia
Rumanía	Letonia	Ucrania	Corea del Sur	México	Argentina	Australia	República Checa		Reino Unido	Turquía
Reino Unido	Grecia	Japón	Bulgaria	Túnez	Chile	Dinamarca	Suecia		Suecia	Filipinas
Austria	Rusia	Bélgica	Qatar	Tailandia	Bélgica	México	México		Países Bajos	Japón
Libia	Irlanda	Rusia	Japón	Bélgica	Qatar	Arabia Saudí	Senegal		Bolivia	Marruecos
Alemania	Bélgica	Canadá	Brasil	Canadá		Italia	Taiwán		India	Bulgaria

Fuente: Datacomex

El Principado de Asturias es una Comunidad Autónoma en la que tradicionalmente la actividad de las empresas extranjeras ha sido importante. Hay dos formas de analizar la evolución de la inversión extranjera en la región. Por una parte, con las estadísticas de flujos de inversión extranjera. Por otra, con los datos de stock de la inversión extranjera.

La primera estadística tiene el inconveniente de que, además de presentar una evolución cíclica que no responde a ninguna tendencia, el efecto sede de Madrid y Barcelona distorsiona mucho su interpretación, especialmente en una región como Asturias, donde muchas de las empresas extranjeras instaladas desarrollan una actividad de instalaciones productivas o de back office.

Las empresas con capital extranjero dan empleo a más de 25.000 personas

Por eso, son más relevantes las estadísticas de stock de inversión extranjera. Según estas estadísticas, en 2010, la inversión extranjera en Asturias mantenía, al menos, 25.000 personas empleadas en empresas de capital extranjero en la región, cantidad que suponía aproximadamente un 2% del empleo que mantenía la inversión española en toda España (muy cercano al peso del PIB asturiano en el conjunto nacional), y un 6,58% del total de empleo asturiano en dicha fecha, que ascendía a 389.459 empleados, lo que indica la importancia en el empleo directo generado por la inversión extranjera en Asturias. Esta inversión se concentra especialmente en el sector "metal". El sector de la "minería", con una cifra sobre el total del empleo asociado a la inversión extranjera relativamente reducida en Asturias, tiene sin embargo un peso muy alto sobre el total nacional.

Tabla 5. Comparativa empleo entre España y Asturias por principales sectores (2010)

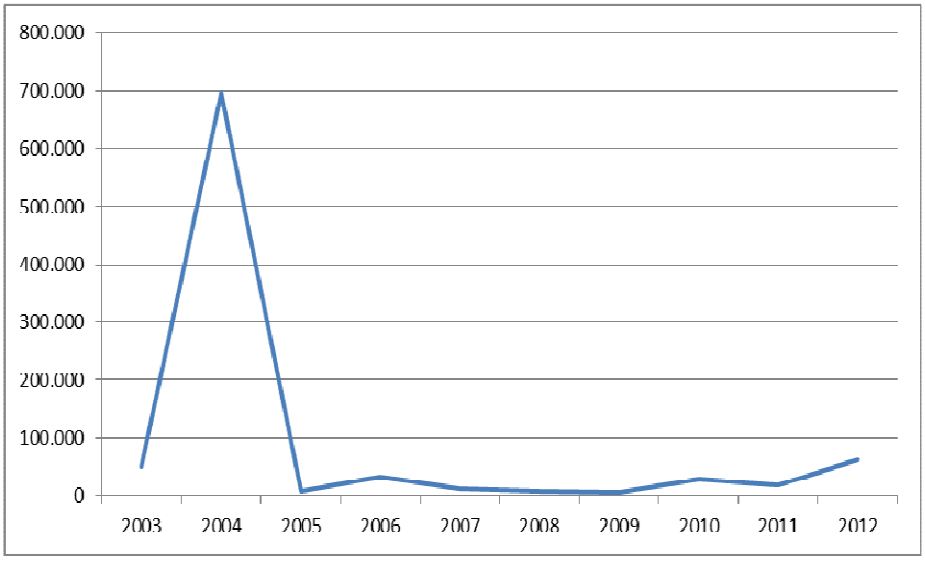
Sector	Stock Empleo ESP	Stock Empleo AST	%
24 metalurgia; fabricación productos hierro, acero	20.061,47	7.744,56	38,604%
47 comercio al por menor, excepto de vehículos de motor	168.788,39	3.647,13	2,161%
46 comer. mayor e interme. comercio, excep. vehículos motor	129.603,07	1.719,68	1,327%
78 actividades relacionadas con el empleo	61.851,97	1.089,52	1,761%
35 suministro de energía eléctrica, gas, vapor y aire	14.784,90	950,39	6,428%
20 industria química	32.978,74	872,10	2,644%
23 fabricación de otros productos minerales no metálico	18.075,31	868,78	4,806%
10 industria de la alimentación	33.504,41	858,18	2,561%
62 programación, consultoría, otras actividades relacionadas	50.933,81	797,60	1,566%
56 servicios de comidas y bebidas	58.725,75	691,21	1,177%
25 fabricación de productos metálicos, excepto maquinar	15.217,41	684,76	4,500%
28 fabricación de maquinaria y equipo n.c.o.p.	20.482,19	518,69	2,532%
43 actividades de construcción especializada	16.666,38	492,05	2,952%
80 actividades de seguridad e investigación	30.052,37	481,29	1,602%
41 construcción de edificios	21.218,54	414,96	1,956%
29 fabricación de vehículos de motor, remolques	107.659,10	374,24	0,348%
45 venta y reparación de vehículos de motor y motocicl.	17.347,12	362,44	2,089%
74 otras actividades. profesionales, científicas y técnicas	8.524,18	286,17	3,357%
30 fabricación de otro material de transporte	17.163,09	253,00	1,474%
71 servicios técnicos arquitectura e ingeniería	11.564,82	248,95	2,153%
64 servicios financieros, excepto seguros y fondos pensión	19.435,99	240,15	1,236%
70 actividades sedes centrales; actividades. consultoría de gestión	5.346,91	225,78	4,223%
21 fabricación de productos farmacéuticos	24.218,97	222,15	0,917%
07 extracción de minerales metálicos	634,51	187,47	29,546%

Fuente: DATAINVEX y elaboración propia

Las estadísticas de flujos de inversión extranjera ofrecen una interpretación menos positiva. En los últimos 10 años, la inversión bruta "productiva" acumulada en el Principado de Asturias casi alcanza la cantidad del billón de euros, pero de dicha cifra, el 75% corresponde a una sola inversión comprometida en el año 2004 (que provoca entradas de dinero en al menos los dos siguientes años), y que corresponden a una inversión de origen USA en el sector de la generación de energía eólica, y que a su vez es continuidad de otra operación aún mayor del mismo país origen y sector destino de dos años antes.

Desde entonces, los resultados de la inversión extranjera son escasos, con operaciones puntuales en algunos sectores como el Seguros, Reaseguros, Fondo de Pensiones (concretamente dentro del capítulo Seguros de Vida) en una sola operación en 2012 u otras operaciones muy dispersas y de cuantía moderada.

Figura 7. Flujo de inversión extranjera directa – Asturias (operaciones no ETVE)



Fuente: DATAINVEX

La importancia de la política de captación de inversiones extranjeras

Tres lecturas se deducen de estos últimos datos:

- La importancia de la política de mantenimiento de la inversión extranjera, denominada after care.

- La importancia de desarrollar una política proactiva de captación de inversión extranjera si se quiere obtener resultados significativos.

- La importancia de realizar esta política de captación de inversión extranjera con una cierta orientación sectorial de manera que contribuya a reforzar la estrategia de especialización inteligente de la Comunidad Autónoma.

6.- LA EMPRESA ASTURIANA FRENTE A LOS MERCADOS EXTERIORES

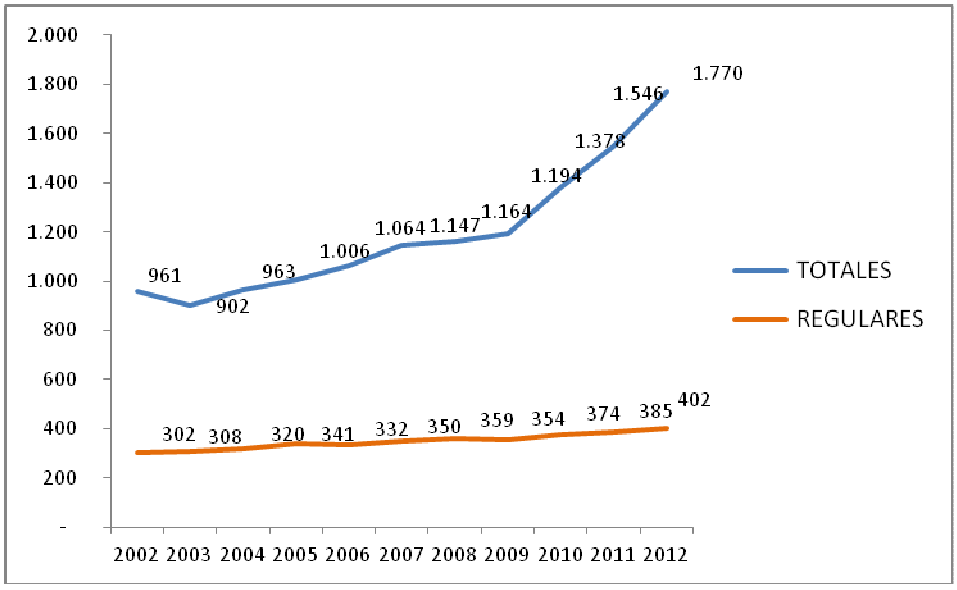
El tejido empresarial asturiano está formado mayoritariamente por microempresas. Más del 90% de las empresas asturianas tiene menos de 10 trabajadores, excluyendo del recuento total a los autónomos sin asalariados.

El 80% de las empresas pertenecen al sector servicios, el 14% son empresas de la construcción, y solamente el 6% de las empresas pertenecen al sector industrial, aunque el Valor Añadido que aportan esas industrias al PIB Asturiano es del 21,15%, superior a la media nacional.

El número de empresas exportadoras ha crecido

El número de empresas exportadoras asturianas (regulares y no regulares) ha crecido en los últimos años de manera rotunda. En los tres últimos años las tasas de crecimiento del número de empresas exportadoras asturianas fueron superiores a la tasa de crecimiento española de este mismo indicador.

Figura 8. Número empresas exportadoras - Asturias - Regulares y Totales



Fuente: ICEX

Las empresas exportan cantidades pequeñas

No obstante, el perfil de la empresas exportadora asturiana en función del volumen de facturación al exterior es el de una empresa que realiza ventas de pequeña cuantía. Más del 80% de las empresas exportadoras vendieron menos de 500.000 € al año fuera de España. Ciertamente, las empresas regulares exportan una cantidad media superior a la correspondiente al conjunto de las empresas, que incluyen las regulares y las esporádicas.

Tabla 6. Perfil Empresa Exportadora Asturias por Volumen de Exportación

	2009		2010			2011			2012		
	Emp.	%	Emp.	%	variación	Emp.	%	variación	Emp.	%	variación
Menos de 5.000 €	426	35,70%	552	40,10%	29,58%	643	41,60%	16,49%	732	41,40%	13,84%
Entre 5.000 € y menos de 25.000 €	251	21,00%	252	18,30%	0,40%	268	17,30%	6,35%	334	18,90%	24,63%
Entre 25.000 € y menos de 50.000 €	91	7,60%	97	7,00%	6,59%	123	8,00%	26,80%	146	8,20%	18,70%
Entre 50.000 € y menos de 500.000 €	205	17,20%	255	18,50%	24,39%	269	17,40%	5,49%	308	17,40%	14,50%
Entre 500.000 € y menos de 5 Mill. €	154	12,90%	151	11,00%	-1,95%	167	10,80%	10,60%	165	9,30%	-1,20%
Entre 5 Mill. € y menos de 50 Mill. €	58	4,90%	63	4,60%	8,62%	66	4,30%	4,76%	74	4,20%	12,12%
Entre 50 Mill. € y más de 250 Mill. €	9	0,70%	8	0,50%	-11,11%	10	0,60%	25,00%	11	0,60%	10,00%
Total	1194	100%	1378	100%	15,41%	1546	100%	12,19%	1770	100%	14,49%

Fuente: ICEX

Las 5 primeras empresas exportan el 47% del total

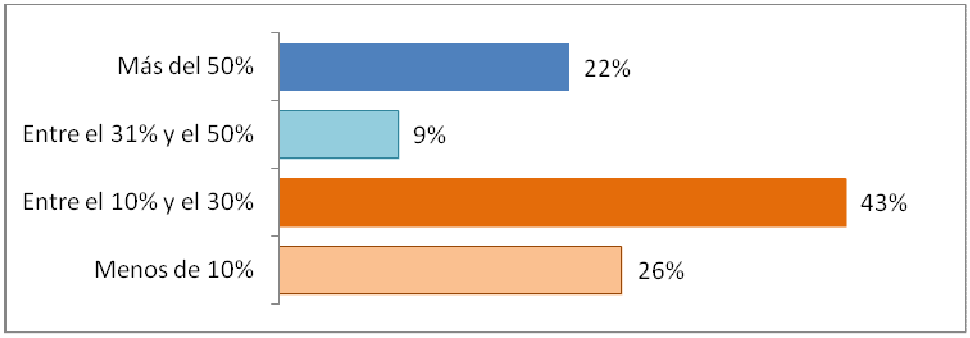
Asimismo, existe un alto grado de concentración de las exportaciones asturianas. Así, las cinco primeras empresas exportadoras son responsables de un volumen de exportación equivalente al 47,80% del total. Con mayores o menores oscilaciones este dato ha sido muy difícil de reducir. Por eso el objetivo de incrementar la base exportadora con más empresas que inician la exportación y con empresas que aumentan su porcentaje de exportación sobre la facturación total adquiere tanta importancia en la estrategia de internacionalización del Principado, adquiriendo un estatus de objetivo prioritario.

A nivel sectorial, la mayor parte de las empresas exportadoras se concentran en el sector del metal y sus manufacturas. El análisis realizado a partir de la información proporcionada por las empresas exportadoras asturianas, en una encuesta realizada a las mismas para la elaboración del presente Programa de Internacionalización, constata cómo los sectores tradicionales en Asturias (Metalurgia, Alimentación o Manufactureras) tienen consolidada su labor exportadora, mientras que existe una clara tendencia a la exportación esporádica por parte de las empresas científico-técnicas, las más jóvenes y de más reciente implantación en el territorio asturiano.

La intensidad exportadora es baja

Según esta misma encuesta, la intensidad de la exportación, en cuanto a clientes y volumen de facturación, de las empresas asturianas presenta un claro margen de mejora. Actualmente el 72% de las empresas exportadoras encuestadas tiene 10 o menos clientes en el exterior y la facturación internacional del 68% de las empresas exportadoras supone una cifra inferior al 30% del total de la facturación. La tendencia de los últimos años es, sin embargo, positiva, con incrementos moderados tanto en el nivel de facturación como en el número de clientes o de países destino. Así, tal y como se observa en el siguiente gráfico, el 22% de las respuestas afirmaban haber incrementado sus exportaciones en más de un 50% en los últimos tres años.

Figura 9. Crecimiento de exportaciones (Encuesta)



Fuente: Elaboración propia

Esta evolución es consecuencia de la adversa situación de la economía española, por lo que las empresas tratan de buscar oportunidades en otros mercados y, además, encuentran en la administración e instituciones apoyos para iniciar o desarrollar esta andadura.

Las empresas exportadoras regulares cuentan con equipo comercial

Siguiendo con la misma encuesta, las empresas manifiestan que cuentan para el desarrollo de su actividad exportadora con profesionales muy cualificados, tanto en idiomas como en comercio exterior, siendo principalmente la gerencia y los departamentos comerciales quienes se encargan, en mayor medida, de la actividad exportadora. Solo las empresas exportadoras esporádicas dicen tener carencias en formación en comercio exterior e idiomas, y perciben una menor disposición a la movilidad geográfica de sus trabajadores.

Las empresas exportadoras habituales -las denominadas exportadoras regulares- declaran que en uno de cada tres casos existe un área específica dentro de la organización dedicada a la labor exportadora y que, al menos, la mitad de ellas dispone de una estrategia definida para su presencia en el exterior. En el caso de las empresas exportadoras esporádicas, un número importante de ellas dispone de una estrategia de internacionalización planificada o tienen la intención de abordar el proceso.

La implantación en destino es minoritaria

La implantación en destino es minoritaria, un 63% de las empresas confirma que no dispone de presencia consolidada en el exterior. El resto cuentan con implantación productiva o comercial en un nivel similar: dos tercios del total. Las principales dificultades señaladas por las empresas para contar con presencia en el exterior son: la falta de recursos económicos, la dificultad para encontrar socios locales y, principalmente, la complejidad administrativa y fiscal. Destaca el bajo nivel de utilización de apoyos para la implantación en el exterior, sólo un 22% de las empresas consultadas ha obtenido algún tipo de ayuda, que se concentra mayoritariamente en subvenciones a fondo perdido.

Entre aquellas empresas que sí tienen implantación en destino, en la mayoría de los casos es propiciada por la intención de aprovechar una oportunidad de negocio, o bien se trata de una decisión estratégica para fortalecer la oferta de la empresa en destino, ya sea aumentando su cuota de mercado o consiguiendo mayor cercanía con el cliente.

Las empresas comercializan su oferta mayoritariamente mediante la relación directa con el cliente, siendo la venta a través de un distribuidor la segunda opción seleccionada.

Una actitud favorable a la cooperación

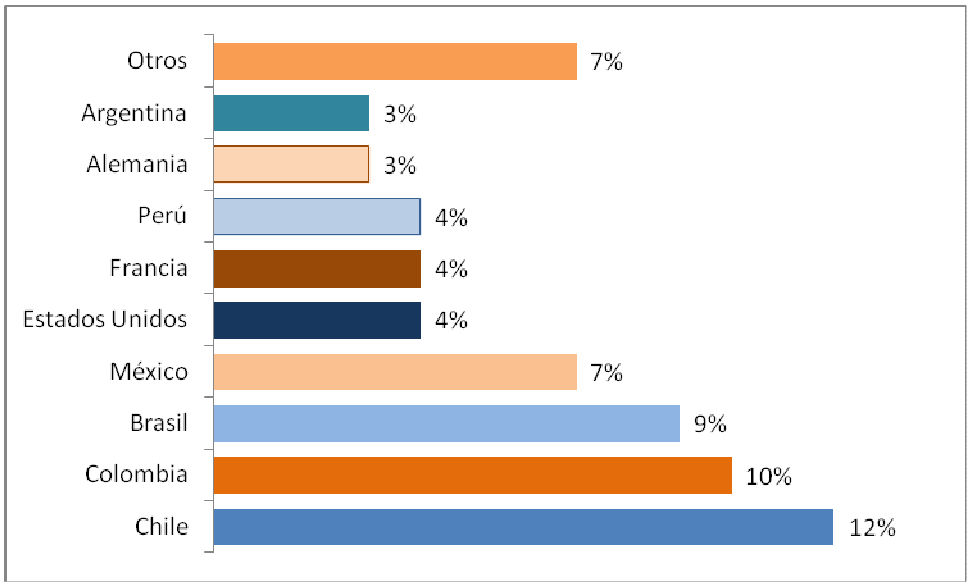
Las empresas muestran una actitud relativamente favorable respecto a la colaboración empresarial para abordar la exportación: un 91% de las empresas presenta una actitud positiva para los próximos años en este ámbito. Este trabajo conjunto entre las empresas se justifica principalmente por la necesidad de ejecutar acciones de promoción internacional y la creación de estructuras comerciales compartidas que les permitan optimizar los esfuerzos y recursos invertidos en el proceso de internacionalización. Preguntadas las empresas sobre qué entienden por estructuras comerciales compartidas, un 54% considera que éstas se deben traducir en la creación de empresas comerciales con socios en destino.

Las empresas exportadoras consultadas son conocedoras de las diversas entidades de apoyo existentes tanto a nivel regional (ASTUREX, IDEPA y Cámaras de Comercio) como nacional, ICEX. Las herramientas de apoyo más utilizadas son aquellas que están más consolidadas como actuaciones de promoción exterior: ferias, misiones comerciales y servicios de información sobre comercio exterior. Las empresas proponen algunas sugerencias para enriquecer los apoyos recibidos como son los apoyos financieros a la implantación y el asesoramiento jurídico en destino.

Las empresas son optimistas respecto al futuro

En cuanto a las perspectivas futuras, las empresas exportadoras asturianas prevén un gran crecimiento de su actividad exterior. Si bien hasta la fecha se constata cómo la mayoría del negocio internacional se realiza con países europeos, las empresas se marcan también como mercados objetivos futuros, países pertenecientes a Latinoamérica, los cuales se consideran una salida natural debido a la no existencia de barreras lingüísticas, y porque principalmente no han sido afectados de forma tan intensa por la crisis económica actual y mantienen unos ritmos de crecimiento sostenidos.

Figura 10. Ranking de países objetivo (Encuesta)



Fuente: Elaboración propia

El 69% de las no exportadoras tienen planes para salir al exterior

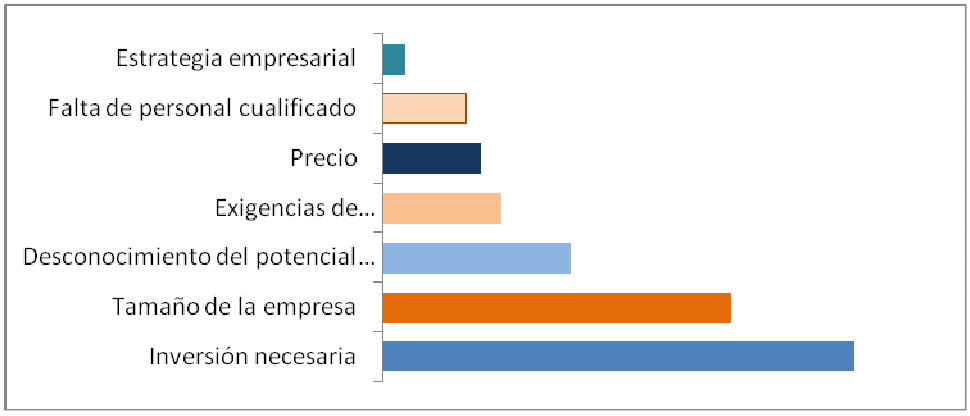
Asimismo, se ha realizado una encuesta a las que se denomina "empresas no exportadoras". Estas empresas, que no exportan ni de forma regular, ni esporádica, afirman en un porcentaje muy alto, un 68%, que pretenden dar un giro a su política de exportaciones y tienen previsto abordar mercados internacionales en los próximos tres años.

El perfil de estas empresas se caracteriza por ser principalmente organizaciones con más de 15 años de antigüedad, la mayoría están trabajando a nivel nacional (80%), pero no han logrado hasta el momento una experiencia positiva en términos de exportación. Un 39% dice que lo han intentado en alguna ocasión sin resultados satisfactorios.

El tamaño y la inversión, frenos para la no exportadoras

La principal explicación utilizada por las empresas para no abordar procesos de internacionalización está relacionada con razones de carácter económico y de recursos: un 68% argumentan que no tienen capacidad para asumir la inversión necesaria para abordar el proceso y un 50% encuentra dificultades por el tamaño de la organización.

Figura 11. Razones para no exportar (Encuesta)



Fuente: Elaboración propia

El 70% de las no exportadoras, abiertas a la colaboración

Del conjunto de empresas que están dispuestas a afrontar este reto en los próximos tres años, casi un 70% de las encuestadas están abiertas a colaborar con otros agentes implicados y/o con otras empresas que ya tengan experiencia en este tipo de operaciones. Las empresas no exportadoras son conscientes de que necesitan apoyo para ejecutar esta misión y por tanto, valoran positivamente todas las herramientas que puedan ayudarles para llevar a cabo estas acciones.

Con respecto a los principales organismos identificados, como instituciones de apoyo para estas empresas en materia de internacionalización, destaca Asturex, seguido por el IDEPA, las Cámaras de Comercio y el ICEX.

En cuanto al futuro, sus expectativas son optimistas. Un 55% de las empresas encuestadas tienen unas previsiones de crecimiento positivas. Sus países objetivo, no difieren en exceso de los países elegidos por las empresas que ya están exportando, apareciendo en los primeros puestos Chile, México y Alemania como los más destacados y atractivos para estas empresas.

7.- MERCADOS PRIORITARIOS

La selección de mercados facilita la concentración de recursos

La selección de mercados objetivo es un proceso esencial previo a cualquier actividad en el mercado internacional. Esta selección tiene como finalidad enfocar las actuaciones de promoción internacional de las administraciones en aquellos países en los que se posea una mayor ventaja competitiva y a la vez se detecten mayores oportunidades de negocio.

En este marco, se ha realizado un análisis de mercados-país prioritarios desde una doble perspectiva: atractivo del país y posición exportadora asturiana en el mismo. Para ello, se han llevado a cabo dos procesos de filtrado consecutivos.

El primer filtro aplicado ofrece como resultado una comparativa del ranking de 79 países establecidos según los siguientes criterios:

- Destino de las exportaciones asturianas. Los principales mercados geográficos, su evolución y crecimiento en los últimos años. En base al promedio de exportación de los últimos cuatro años, se ha decidido seleccionar los países con un volumen de exportaciones promedio mínimo de 2 millones. Teniendo en cuenta dicho requisito, el número de países en el ranking de las exportaciones asturianas asciende a 76.

- Importaciones mundiales. Los principales países importadores a nivel mundial y su evolución en los últimos años, así como su porcentaje de crecimiento. Las importaciones mundiales han sido analizadas en función de la importación media realizada en los últimos cuatro años, seleccionando aquellos cuyo porcentaje de promedio se encuentra por encima de 0,10%, identificando 78 países.

- Proyección de crecimiento del PIB de estos países en los próximos cuatro años.

En la aplicación del segundo filtro se tienen en cuenta los siguientes factores mediante la construcción de indicadores sintéticos:

- Las relaciones económicas con Asturias considerando las exportaciones asturianas y el peso en sus importaciones.

- El potencial de crecimiento en función de las estimaciones del PIB teniendo en cuenta la tasa de crecimiento del PIB y la evolución de sus importaciones.

- Finalmente, se concretan en 32 países que se caracterizan por poseer fuertes relaciones económicas con Asturias y albergan expectativas de crecimiento económico futuro.

Tabla 7. Ranking de 32 mercados prioritarios

1	Alemania	17	Canadá
2	Francia	18	México
3	Italia	19	Arabia Saudita
4	Portugal	20	Egipto
5	Países Bajos	21	Rusia
6	Estados Unidos	22	Argentina
7	Bélgica	23	Emiratos Árabes Unidos
8	Reino Unido	24	Chile
9	Turquía	25	Nigeria
10	Brasil	26	Panamá
11	Polonia	27	Indonesia
12	Venezuela	28	Bangladesh
13	China	29	Perú
14	India	30	Qatar
15	Marruecos	31	Vietnam
16	Argelia	32	Tailandia

Fuente: Elaboración propia

Dos perspectivas

Este ranking de países se clasifica en función de un conjunto de indicadores que construyen los dos índices clave, Atractivo del país y Posición exportadora asturiana que servirán para posicionar y comparar los mismos, así como determinar las estrategias de actuación a llevar a cabo.

Atractivo país

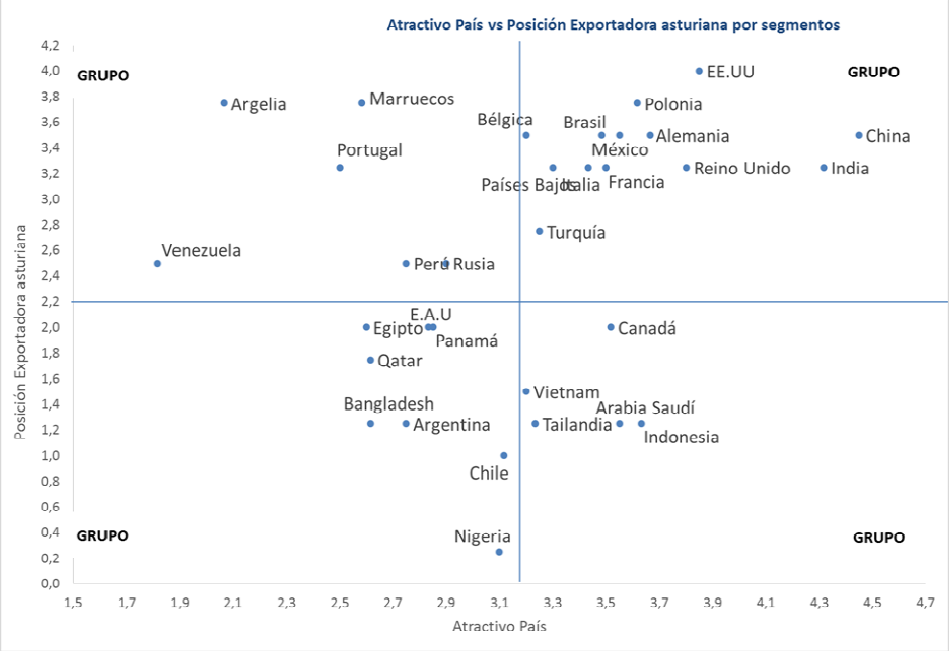
El índice Atractivo de país, en base 5, se construye mediante un conjunto de indicadores: tamaño de mercado, crecimiento del mercado, factores económicos, riesgo país y factores cualitativos (distancia de España y pertenencia a la OMC).

Posición exportadora asturiana

A la hora de definir la Posición exportadora asturiana, el índice sintético recoge el volumen de exportaciones asturianas, las evoluciones de las exportaciones asturianas, el número de actividades de comercio exterior o promocional y la cuota de participación de exportaciones asturianas en las importaciones del país.

El resultado final queda recogido en el siguiente mapa:

Figura 12. Matriz de mercados prioritarios



Fuente: Elaboración propia

Países con mejor posición y mayor atractivo

Se identifica, por tanto, 4 grupos de países que tienen características diferenciadas y cuyo enfoque de promoción también es diferente.

- Grupo 1. Aquellos países que poseen las mejores posiciones exportadoras y el mayor atractivo de país.

  - Destacan, EEUU, Reino Unido, Alemania, Polonia, México, Francia, Brasil, Italia, Bélgica, Países Bajos y Turquía que se encuentran entre los 20 primeros países de mayores exportaciones asturianas en el año 2012 y que concentraron el 62,1% de las mismas.

  - India y China, igualmente incluidos entre los 20 primeros de mayores exportaciones asturianas, lideran el índice de Atractivo país.

  - La Red exterior de Asturias se encuentra presente en estos países. En el caso de Turquía el Principado de Asturias está presente mediante promotor local desde este año.

  - En este sentido, para los países pertenecientes al Grupo 1 sería aconsejable seguir una estrategia general de consolidación y profundización, a la vez que defensiva ante la entrada de nuevos competidores.

Estrategias de consolidación

  - Entre las estrategias de promoción más adecuadas para poner en marcha en estos mercados se encuentran las siguientes:

    - Promover la imagen Asturias y reforzar la presencia institucional.

    - Reforzar la red con técnicos especialistas-sector.

- Realizar acciones de promoción selectivas.
- Potenciar nuevos canales comerciales.
- Promover estructuras comerciales y de promoción compartidas.
- Apoyar la creación de redes comerciales.
- Apoyar la creación de consorcios tecnológicos.

Países muy atractivos con menor posición exportadora

- Grupo 2. Estos países poseen gran atractivo pero cuentan con una menor posición exportadora:

  - Indonesia, Canadá, Arabia Saudí, Tailandia y Vietnam son países de alto atractivo puesto que presentan crecimiento y previsiones positivas de su PIB, así como relevancia en las importaciones mundiales pero no destacan en el índice de posición exportadora de Asturias.

Estrategias de refuerzo

  - Por ello, se considera que debe desarrollarse una estrategia con incremento de presencia y especial refuerzo en los mismos y más concretamente acciones como:

    - Acciones de promoción selectivas.
    - Reforzar la red con técnicos de promoción sectoriales.
    - Mejora del conocimiento del país.
    - Aprovechar conocimiento de las empresas asturianas con experiencias en estos mercados.

Países con alta posición exportadora y menor atractivo

- Grupo 3. Países con alta posición exportadora asturiana pero de menor atractivo relativo:

  - Argelia, Marruecos, Perú, Venezuela, Portugal y Rusia poseen un alto valor en el índice de posición exportadora asturiana pero cuentan con un menor atractivo.

Estrategias ofensivas

  - En este caso, la estrategia general pasa por explotar y consolidar el posicionamiento alcanzado con acciones como:

    - Mejorar conocimiento de los mercados.
    - Estrategias sectoriales ofensivas.
    - Fomento de redes comerciales.
    - Estrategia de colaboración empresarial.
    - Facilitar búsqueda de socios locales.

Países de menor atractivo y posición exportadora

- Grupo 4. Los países identificados en este cuarto Grupo presentan un menor atractivo relativo y no poseen una posición exportadora fuerte asturiana. Los países son los siguientes:

  - Chile, Argentina, Panamá, Qatar, EAU, Bangladesh, Nigeria y Egipto conforman este grupo.

Estrategias específicas

En cualquier caso, la estrategia en estos países sería inicialmente de carácter exploratorio y ofensivo para incrementar la cuota de mercado de las empresas asturianas. Así, las acciones específicas de promoción de productos asturianos cubrirían un amplio abanico desde ampliar el conocimiento de los mismos hasta realizar apoyos muy selectivos con las empresas interesadas.

8.- ESTRUCTURA DEL PROGRAMA

8.1. Importancia de la política de promoción exterior y del modelo industrial

Con el proceso de globalización avanzado a un ritmo cada vez más acelerado, la apertura hacia el sector exterior ha dejado de ser un recurso de última instancia en el que se apoyan las empresas para compensar las caídas del mercado nacional y han pasado a convertirse en una parte vertebral de su estrategia empresarial

Las políticas de promoción tienen un gran impacto

En este contexto, la experiencia más reciente confirma que las políticas de promoción de las exportaciones han mostrado un grado de impacto y eficiencia muy notables y por eso están adquiriendo cada vez un mayor protagonismo como instrumentos de política económica contra cíclica.

De hecho, en Asturias lleva aplicándose con relativo éxito y acuerdo social esta política en los últimos doce años. La importancia de la política de internacionalización (junto con las políticas de innovación, a las que van intrínsecamente asociadas) tienen la ventaja de proporcionar un horizonte de futuro para consolidar una estructura productiva más competitiva.

Asturias tiene también otra particularidad que hace que este tipo de políticas sea todavía más fructífero al descansar esa estructura productiva sobre el sector industrial.

El modelo industrial favorece el éxito de estas políticas

El peso del sector industrial en el Valor Añadido Bruto se sitúa en torno al 20% a lo largo de los últimos cuatro años. El sector con mayor participación es el sector servicios, aunque el peso de los mismos en la economía asturiana es de un 65,41% en Asturias frente al 70,48% en España. El segundo sector en importancia en ambas economías es el sector industrial. En la economía asturiana el peso de este sector es más alto con casi cinco puntos de diferencia, (21,15% en Asturias frente al 16,88% en España). El resto de sectores presentan pesos relativos similares en ambas economías, con una menor participación de la agricultura en la economía asturiana frente al conjunto de la economía española (1,83% en Asturias y un 2,51% en España), y un mayor peso de la construcción (un 11,61% en Asturias y un 10,13% en España).

La importancia del sector industrial para dibujar el modelo de desarrollo económico del futuro estriba en que se trata de un sector más productivo, más innovador, más exportador y con creación de empleo más estable. Además es un sector que tira del sector servicios más avanzado. Estas características hacen que la política de promoción internacional en una región como el Principado de Asturias adquiera una importancia central en el abanico de las políticas instrumentales del Gobierno regional proporcionándole unas garantías de éxito e impacto importantes.

8.2. Los problemas del sector exterior asturiano

Problemas y fortalezas del sector exterior asturiano

El Programa de Internacionalización Empresarial 2013-2015 parte de la idea de identificar los principales problemas de la economía asturiana en su vertiente internacional para ser capaces de aprovechar posteriormente las oportunidades que presenta el nuevo escenario mundial.

Estos problemas- identificados en la fase de diagnóstico del presente proyecto- tiene su razón de ser en la estructura productiva de la economía asturiana- muy industrial, con una gran peso del sector metal- y en la competitividad de sus empresas, mayoritariamente pymes, al tiempo que con un gran peso de la gran empresa multinacional.

Se han identificado algunos problemas y ciertas fortalezas que se detallan a continuación. Estos problemas y fortalezas dan pie para definir los objetivos estratégicos del programa de Internacionalización Empresarial para los próximos años. Una representación gráfica -y muy sintética- de este análisis se ofrece a continuación.

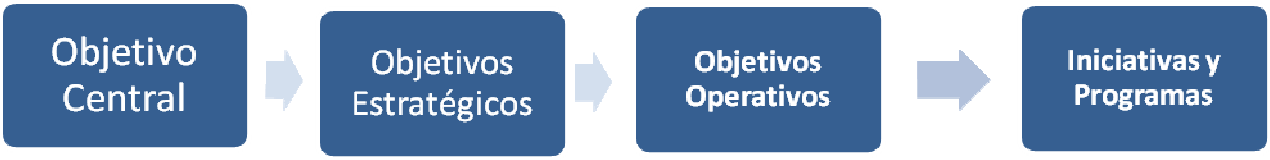
Un alto porcentaje de las pymes exportadoras son exportadoras esporádicas con un ratio muy reducido de facturación en el exterior. Más del 40% del total de empresas exportadoras facturan en el exterior menos de 5.000 € al año. Además su intensidad exportadora es también baja: el 48% de las exportadoras dice que tiene menos de 5 clientes en los mercados internacionales. A esto hay que añadir que en un alto porcentaje de las mismas (un 46%) la responsabilidad de la gestión internacional recae exclusivamente en el gerente. Sin olvidar que la exportación sigue concentrada en unas pocas empresas. Por el contrario, en sentido positivo, hay que recordar que el número de empresas regulares progresa año tras año y que casi el 70% de las empresas no exportadoras afirman tener previsto abordar en los próximos tres años los mercados exteriores.	Incrementar el número de nuevas empresas exportadoras y consolidar las empresas con alguna experiencia internacional.
Seguimos concentrados esencialmente en los sectores en los que Asturias tiene una mayor especialización (semimanufacturas, bienes de equipo, materias primas y alimentos) y, aunque se ha avanzado en la diversificación geográfica, todavía nuestra participación en mercados emergentes y de futuro es pequeña en términos relativos.	Consolidar y diversificar sectores y mercados
No ha habido una sensibilidad especial en la empresa asturiana hasta ahora para desarrollar fórmulas de cooperación. No obstante, el 43% de las empresas exportadoras expresa su disposición a la colaboración y el 68% de las no exportadoras dicen estar dispuestas a colaborar para iniciar su internacionalización	Redimensionar la empresa asturiana mediante la cooperación para acceder a los mercados internacionales.
Los resultados relacionados con la captación de inversiones extranjeras han sido reducidos en estos últimos cuatro años. El Principado se sitúa en la 11ª posición (2003-2012) en inversión extranjera en el ámbito nacional. No obstante, el stock de inversiones extranjera en el Principado es alto. Por ejemplo, el nivel de empleo mantenido por la inversión extranjera en grandes instalaciones industriales es muy relevante: el 6,58% del total. Por eso lo estratégico de realizar una política de after – care.	Atraer y fidelizar la inversión extranjera en Asturias
En tiempos de crisis económica, los recursos públicos son escasos y hay que gestionarlos eficientemente, intentado hacer más con menos.	Optimizar los recursos del sector público destinados a la internacionalización

9.- OBJETIVOS ESTRATEGICOS Y OPERATIVOS. PROGRAMAS E INICIATIVAS

El objetivo central del programa

El PIE 2013-2015 continúa realizando una firme apuesta por el objetivo central del programa de internacionalización anterior: incrementar el grado de apertura de la economía asturiana por medio de la internacionalización de sus empresas. Este objetivo central se desglosa en cinco objetivos estratégicos que, a su vez, se concretan en objetivos operativos medibles que se despliegan en iniciativas y programas:

Figura 13. Esquema del Programa



Los criterios estratégicos

Desde IDEPA, ASTUREX y el resto de agentes que han participado en la elaboración del programa (FADE y Cámaras), se considera que estas estrategias deben orientarse a cubrir las necesidades reales de las empresas asturianas en sus procesos de internacionalización. En consecuencia, según las instituciones promotoras del presente Programa, el despliegue de estos objetivos debe apoyarse en cuatro principios o vectores estratégicos:

- Especialización sectorial y de mercado tanto de las actuaciones de promoción exterior como de los recursos humanos aplicados en esta política.
- Enfoque al cliente desarrollando servicios a medida de las necesidades de las empresas que permitan impulsar el proceso de internacionalización de las mismas dando satisfacción tanto a necesidades comunes a todas ellas como a necesidades específicas de las mismas a las que los instrumentos de carácter horizontal no pueden llegar.
- Cooperación, entendida en una doble perspectiva, tanto entre los diferentes agentes en materia de promoción internacional (IDEPA, ASTUREX, FADE y Cámaras) como, muy especialmente, entre las empresas para buscar fórmulas creativas que permitan acceder conjuntamente a los mercados exteriores.
- Orientación comercial de los servicios prestados adoptando una actitud proactiva por parte de los agentes en materia de internacionalización con objeto de lograr objetivos concretos y cuantificables.

Los objetivos estratégicos

El objetivo central del programa al que acabamos de hacer mención se despliega en cinco objetivos estratégicos que son los siguientes:

Incrementar la base exportadora empresarial
Consolidar y diversificar mercados y sectores estratégicos
Redimensionar la empresa asturiana mediante la cooperación para acceder a los mercados internacionales
Atraer y fidelizar la inversión extranjera en Asturias
Optimizar los recursos del sector público destinados a internacionalización

A continuación, se cuantifican las metas del presente Programa:

Los objetivos cuantitativos

		Dato 2012	Objetivo 2015
Objetivos macro-económicos	Grado apertura comercial	35%	Incrementar el grado de apertura en un 8% respecto al 2012
	Propensión exportadora	Diferencial de propensión exportadora de España respecto a Asturias: + 4 puntos	Mantener como mínimo el diferencial de la propensión exportadora de Asturias con respecto a España
	Peso de las exportaciones asturianas sobre las españolas	1,73%	Incrementar como mínimo en un 5% el peso de las exportaciones asturianas sobre las españolas:1,82%
Incremento de la base exportadora	Nº de empresas exportadoras	1.770	Incremento mínimo del nº de empresas exportadoras asturianas a 1.900
	Nº de empresas exportadoras regulares	402	Incremento mínimo anual del 4% del nº de empresas exportadoras regulares: 452
	Volumen de las exportaciones	3.856,743 Mill. €	Incremento mínimo anual del 7% del valor de las exportaciones asturianas en 2012: 4.666,660 Mill. €
	Volumen de exportaciones excluidas las 10 empresas más exportadoras	1.646,830 Mill. €	Incremento mínimo de un 5% anual del valor de las exportaciones asturianas en2012 excluidas las 10 empresas que más exportan: 1.893,854 Mill. €
Cooperación	Cooperación	-	Creación de un mínimo de 5 agrupaciones
Inversión extranjera	Captación de inversión extranjera	Empleo asociado al stock de inversión extranjera (2010): 25.622	Incrementar el empleo asociado al stock de inversión extranjera en 100 empleos
		Proyectos implantados: 1	Nuevos proyectos implantados: 3

Los objetivos operativos

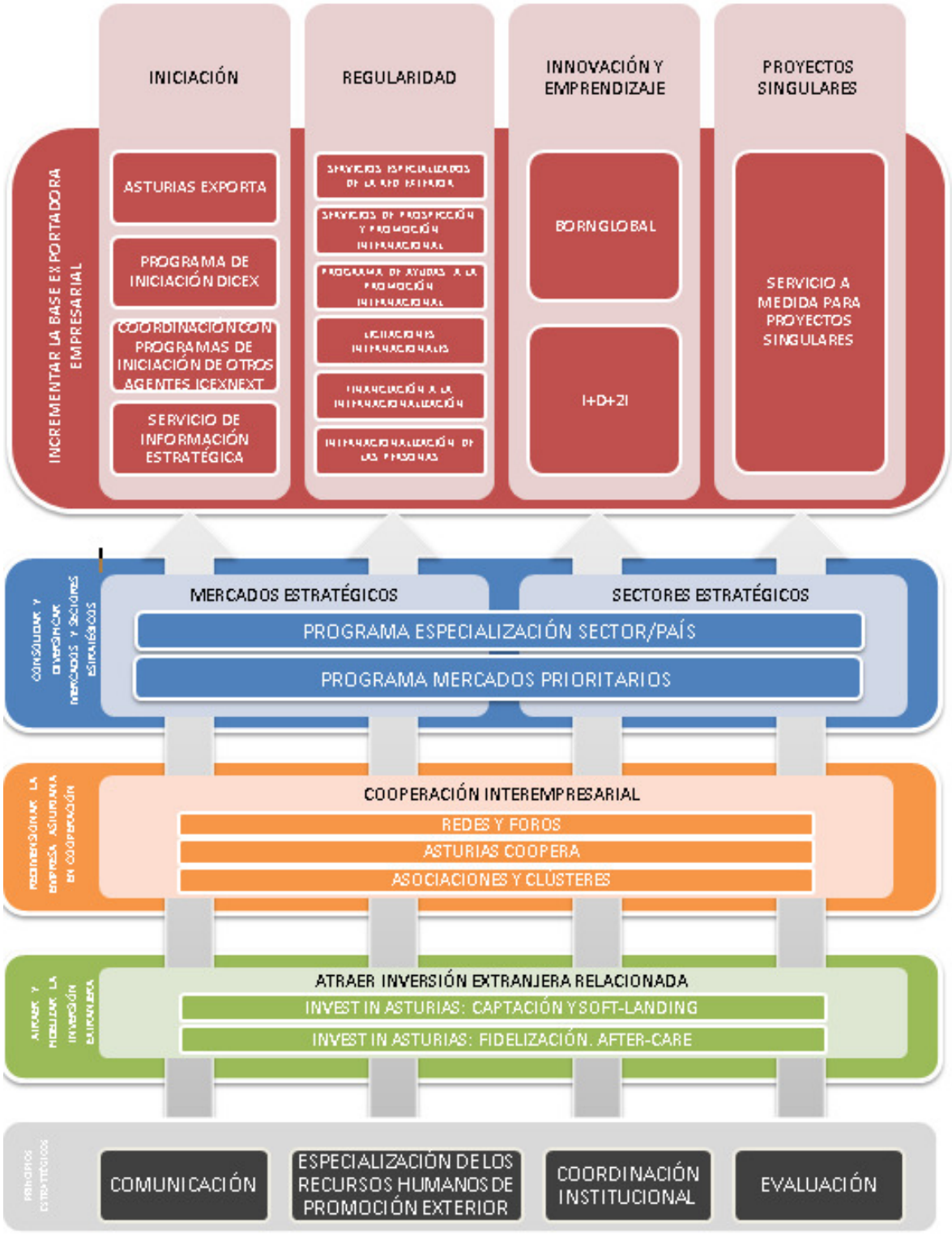
Y estos objetivos estratégicos, a su vez, se concretan en los objetivos operativos que se ofrecen a continuación.

La siguiente figura recoge los objetivos operativos planteados como despliegue de los cinco objetivos estratégicos citados:

Figura 14. Esquema de los objetivos estratégicos y operativos PIE 2013-2015

10.-MAPA ESTRATÉGICO: OBJETIVOS E INICIATIVAS

Figura 15. Mapa estratégico



1. ASTURIASEXPORTA

Objetivo estratégico

INCREMENTAR LA BASE EXPORTADORA EMPRESARIAL ASTURIANA

Objetivos operativos

- INICIACIÓN: INCREMENTAR EL NÚMERO DE EMPRESAS ASTURIANAS QUE INICIAN SU ACTIVIDAD EXPORTADORA

Objetivos de la iniciativa

- Sensibilizar a las empresas asturianas sobre la necesidad de abordar los mercados internacionales como vía de supervivencia y crecimiento empresarial.
- Identificar la base empresarial que aun no exportando o haciéndolo de forma esporádica, cuenten con capacidad de exportación.
- Ofrecer un diagnóstico ágil sobre el potencial exportador de la empresa.
- Ofrecer el catálogo de servicios y apoyos disponibles de las instituciones para las empresas asturianas que quieran acceder a mercados exteriores.

Descripción

La iniciativa contempla un conjunto de actuaciones de sensibilización, información y diagnóstico cuyo objetivo es sumar nuevas empresas con potencial a la base de empresas exportadoras asturianas. Estas actuaciones requerirán de una acción comercial intensa por parte del equipo de ASTUREX.

Acciones

- Jornadas de presentación de servicios y apoyos.
- Organización de jornadas sectoriales en colaboración con asociaciones y clústeres y jornadas territoriales en colaboración con las Agencias de Desarrollo Local.
- Píldoras informativas: mercado, oportunidad de negocio, estrategias de acceso, operativa internacional, etc.
- Visitas-diagnóstico individual a empresas mediante entrevistas estructuradas cuyo resultado sea una serie de recomendaciones como hoja de ruta hacia la internacionalización.
- Jornadas de presentación de casos de éxito.

Responsable de la Iniciativa

ASTUREX, Sociedad de Promoción Exterior Principado de Asturias, S.A.

Indicadores

- Nº de jornadas
- Nº de empresas participantes
- Nº de diagnósticos individuales
- Nª de visitas individuales a empresas
- Nª de empresas captadas para el programa DICEX

2. PROGRAMA INICIACIÓN: DICEX

Objetivo estratégico

INCREMENTAR LA BASE EXPORTADORA EMPRESARIAL ASTURIANA

Objetivos operativos

- INICIACIÓN: INCREMENTAR EL NÚMERO DE EMPRESAS ASTURIANAS QUE INICIAN SU ACTIVIDAD EXPORTADORA

Objetivos de la iniciativa

- Facilitar la iniciación en la exportación de empresas que nunca han exportado o lo han hecho sólo de forma puntual, mediante el apoyo al proceso de planificación y puesta en marcha de las primeras medidas de promoción exterior.
- Cubrir las carencias que tradicionalmente presentan las pymes en los inicios de sus procesos de internacionalización, tales como conocimientos de comercio exterior e idiomas, información sobre mercados, recursos capacitados, etc.

Descripción

El Programa ofrece a las Pymes un triple apoyo para diseñar y poner en marcha un estrategia individualizada de internacionalización:

- un apoyo humano en origen, en la figura de un profesional en comercio exterior como gestor a tiempo parcial que desarrolle el departamento de exportación de la empresa mediante una metodología específica. Este equipo de gestores contará con un servicio de apoyo en ASTUREX;
- un apoyo humano en destino, a través de la Red Internacional de Promotores de ASTUREX;
- y un apoyo económico específico para ejecutar las primeras acciones operativas a lo largo de un periodo de dos años en los que es miembro del Club DICEX. Este apoyo económico cubre parcialmente el coste de las siguientes actuaciones de promoción internacional:
  - Realización de viajes de prospección individual con acompañamiento del tutor o sin él.
  - Participación en misiones comerciales directas específicamente organizadas para las empresas DICEX.
  - Visita de potenciales compradores extranjeros (misiones comerciales inversas)
  - Participación como expositor en ferias o congresos en el extranjero siempre y cuando no exista otro tipo de participación institucional española.
  - Contratos de promoción internacional con la Red Internacional de Promotores de ASTUREX.

Acciones

- Jornadas divulgativas y de presentación del programa.
- Visitas a empresas para captación.
- Homologación de gestores.
- Convocatoria del programa.

Responsable de la Iniciativa

ASTUREX, Sociedad de Promoción Exterior Principado de Asturias, S.A.

Indicadores

- Nº de empresas que se incorporan
- % empresas con actividad exportadora al 1º año
- % empresas con actividad exportadora al 2º año
- Nº de bajas

3. COORDINACIÓN CON PROGRAMAS DE INICIACIÓN DE OTROS AGENTES: ICEX NEXT

Objetivo estratégico

INCREMENTAR LA BASE EXPORTADORA EMPRESARIAL ASTURIANA

Objetivos operativos

- INICIACIÓN: INCREMENTAR EL NÚMERO DE EMPRESAS ASTURIANAS QUE INICIAN SU ACTIVIDAD EXPORTADORA

Objetivos de la iniciativa

- Poner a disposición de las empresas asturianas los recursos públicos disponibles para el inicio de la exportación de sus productos y servicios.
- Apoyar a las pymes con producto o servicio propio cuya facturación exterior sea inferior al 30%, en las distintas fases de su proyecto internacional durante un plazo de 24 meses. Este programa ofrece asesoramiento experto tanto en la fase de iniciación como en su consolidación en mercados internacionales aumentando su facturación exterior y diversificando el riesgo empresarial.

Descripción

Coordinación con ICEX para divulgar el Programa que permite a las pymes seleccionar el asesoramiento necesario en función de su estadio internacional, ofreciendo:

- Un asesoramiento experto personalizado para:
  - Analizar el potencial exportador.
  - Diseñar el plan de internacionalización y desarrollar un plan de negocio por mercado.
- Un asesoramiento en destino y asesoramiento específico.
- Y apoyo económico para:
  - Realización de viajes de prospección.
  - Traducción de la página web a otros idiomas.
  - Elaborar material promocional.
  - Implementación de acciones de marketing online.
  - Registrar la marca en otros mercados.
  - Contratar personal cualificado para internacionalización.
- Asimismo, la empresa pasa a formar parte de la Red ICEX NEXT que facilita:
  - Acceso a contactos en otras instituciones.
  - Un Gestor personal Icex Next.
  - Servicios exclusivos.

Acciones

- Jornadas divulgativas y de presentación del programa.
- Convocatoria del programa.

Responsable de la Iniciativa

ICEX

Indicadores

- Nº de empresas que se incorporan al programa
- % empresas con actividad exportadora al 1º año
- % empresas con actividad exportadora al 2º año
- Nº de bajas

4. SERVICIO DE INFORMACIÓN ESTRATÉGICA

Objetivo estratégico

INCREMENTAR LA BASE EXPORTADORA EMPRESARIAL ASTURIANA

Objetivos operativos

- INICIACIÓN: INCREMENTAR EL NÚMERO DE EMPRESAS ASTURIANAS QUE INICIAN SU ACTIVIDAD EXPORTADORA
- REGULARIDAD: CONSOLIDAR EL NÚMERO DE EMPRESAS EXPORTADORAS Y APOYAR SU EVOLUCIÓN HACIA FASES MÁS AVANZADAS DE SU INTERNACIONALIZACIÓN

Objetivos de la iniciativa

- Ofrecer un servicio de información sobre mercados y oportunidades de negocio en su vertiente internacional.
- Cubrir las carencias sobre información que tradicionalmente presentan las pymes en los inicios de sus procesos de internacionalización.
- Informar a las empresas asturianas sobre los instrumentos y apoyos institucionales de carácter regional, nacional y europeo que tienen a su disposición.

Descripción

Las empresas requieren de información especializada para la toma de decisiones en sus procesos internacionales, así como para identificar oportunidades concretas de negocio. La búsqueda de información fiable es costosa en tiempos y recursos aplicados. Es por ello, que esta iniciativa se dirige a establecer un servicio de información estratégica desde ASTUREX al que no sólo puedan acceder las empresas asturianas a fin de recabar información en materia de comercio exterior que soliciten, sino también acercar de manera proactiva información que facilite a las empresas la toma de decisiones en su actividad internacional, tanto para aquéllas que inician su internacionalización, como para las que ya cuentan con una dilatada experiencia en mercados exteriores.

Acciones

- Actualización continua de la información técnica a nivel sector-país.
- Seguimiento de mercados emergentes y de oportunidad. Acciones de prospección y estudios específicos.
- Observatorio de Coyuntura Internacional. Reunión semestral de las administraciones y los representantes de los principales sectores para conocer y evaluar la situación de los sectores a nivel internacional e intercambiar información para la toma de decisiones.
- Coordinación de los recursos informativos de las diferentes instituciones en materia de comercio exterior a través de la web de ASTUREX.

- Organización del Encuentro Internacional anual con la Red Exterior: PEI.
- Organización de Jornadas país-sector.
- Organización de seminarios en torno a técnicas de búsqueda de información.
- Organización, en coordinación con otros agentes, de jornadas informativas sobre herramientas de comercio exterior (promoción, financiación, programas de apoyo, etc.)
- Identificación y difusión de oportunidades comerciales.

Responsable de la Iniciativa

ASTUREX, Sociedad de Promoción Exterior Principado de Asturias, S.A.

Indicadores

- Nº de jornadas/país- JIMEX
- Nº de empresas participantes en jornadas/país- JIMEX
- Nº de empresas participantes en el encuentro anual con la Red exterior- PEI

5. SERVICIOS ESPECIALIZADOS DE LA RED EXTERIOR

Objetivo estratégico

INCREMENTAR LA BASE EXPORTADORA EMPRESARIAL ASTURIANA

Objetivos operativos

- REGULARIDAD: CONSOLIDAR EL NÚMERO DE EMPRESAS EXPORTADORAS Y APOYAR SU EVOLUCIÓN HACIA FASES MÁS AVANZADAS DE SU INTERNACIONALIZACIÓN

Objetivos de la iniciativa

- Ofrecer un servicio de apoyo en destino a medida de las necesidades de las empresas especializado sectorialmente en aquellos mercados que se consideren prioritarios.
- Ofrecer asistencia técnica en destino a las empresas asturianas en aquellos mercados en los que Asturias cuenta con promotores de la Red Exterior Asturiana.

Descripción

La empresa necesita un apoyo técnico profesional en destino en todos los ámbitos relacionados con la internacionalización. Este apoyo se materializa en diferentes servicios que se desarrollan como "trajes a medida" de las necesidades de las empresas. Así, la Red Exterior conformada por profesionales y consultorías independientes que se encuentran especializados en introducir empresas en su mercado de influencia. Entre sus servicios de apoyo destacan: la resolución de consultas técnicas, la prospección de mercado, la búsqueda de contactos, la realización de gestiones comerciales y asistencia en el proceso de implantación. De esta manera se facilita y se favorece la introducción de los bienes y servicios asturianos en los mercados internacionales. A través de este servicio también se informa a las empresas sobre oportunidades de negocio para su sector en otros mercados.

La cada vez mayor complejidad de los mercados hace que la especialización sectorial de los profesionales en destino en los mercados prioritarios resulta imprescindible para la consecución de resultados.

Acciones

- Sectorialización y especialización de la Red Exterior en mercados prioritarios.
- Seguimiento de los resultados obtenidos en cada mercado.
- Elaboración de estudios de mercado, informes, agendas y otros servicios.
- Activación comercial de la Red Exterior de Asturias.
- Identificación de oportunidades comerciales en mercados.
- Organización del Encuentro Internacional anual con la Red Exterior.

Responsable de la Iniciativa

ASTUREX, Sociedad de Promoción Exterior Principado de Asturias, S.A.

Indicadores

- Nº de gestiones puntuales/mercado- total
- Nº de contratos/mercado- total
- Índice de satisfacción/mercado
- Nº de oportunidades comerciales captadas por la Red Exterior

6. SERVICIOS DE PROSPECCIÓN Y PROMOCIÓN INTERNACIONAL

Objetivo estratégico

INCREMENTAR LA BASE EXPORTADORA EMPRESARIAL ASTURIANA

Objetivos operativos

- REGULARIDAD: CONSOLIDAR EL NÚMERO DE EMPRESAS EXPORTADORAS Y APOYAR SU EVOLUCIÓN HACIA FASES MÁS AVANZADAS DE SU INTERNACIONALIZACIÓN

Objetivos de la iniciativa

- Organizar y desarrollar acciones de prospección y promoción en mercados de interés para las empresas asturianas que pertenecen a sectores con potencial exportador.

Descripción

El equipo técnico-comercial de ASTUREX desarrolla el programa de actuaciones anual de carácter multisectorial que se ofrece a las empresas asturianas a fin de complementar la oferta de acciones de promoción agrupada con actuaciones que puedan dirigirse a todos los sectores asturianos.

Acciones

- Divulgación de las actuaciones y captación de empresas participantes.
- Prospección de oportunidades comerciales.
- Organización, seguimiento y evaluación de misiones comerciales directas multisectoriales.

Responsable de la Iniciativa

ASTUREX, Sociedad de Promoción Exterior Principado de Asturias, S.A.

Indicadores

- Nº de misiones comerciales directas
- Nº de participantes medio por misión directa
- Nº de misiones comerciales inversas
- Nº de participantes medio por misión inversa
- Nº de ferias
- Nº de participantes medio por feria
- Nº de foros
- Nº de participantes medio por foro

7. PROGRAMA DE AYUDAS A LA PROMOCIÓN INTERNACIONAL

Objetivo estratégico

INCREMENTAR LA BASE EXPORTADORA EMPRESARIAL ASTURIANA

Objetivos operativos

- REGULARIDAD: CONSOLIDAR EL NÚMERO DE EMPRESAS EXPORTADORAS Y APOYAR SU EVOLUCIÓN HACIA FASES MÁS AVANZADAS DE SU INTERNACIONALIZACIÓN

Objetivos de la iniciativa

- Promover la mejora de la competitividad exterior de las empresas asturianas, apoyando la consolidación de la actividad internacional mediante la ejecución de sus planes de internacionalización y las implantaciones en el exterior.

Descripción

El proceso de internacionalización de las empresas conlleva necesariamente destinar recursos económicos, en este sentido, la línea de ayudas directas a la promoción internacional se erige como herramienta de apoyo para impulsar la internacionalización de las empresas asturianas. Este programa de ayuda contempla diferentes líneas subvencionables que serán revisadas anualmente para su adecuación a las necesidades de las empresas.

Acciones

- Organización de Jornadas de presentación de convocatorias.
- Publicación de convocatorias de ayudas a la ejecución de los planes de internacionalización de las empresas.
- Revisión, evaluación, seguimiento y certificación de las necesidades de las empresas para la adecuación continua de las líneas de ayudas.

Responsable de la Iniciativa

IDEPA, Instituto de Desarrollo Económico del Principado de Asturias

Indicadores y Metas

- Nº de empresas beneficiarias
- % presupuesto ejecutado

8. LICITACIONES INTERNACIONALES

Objetivo estratégico

INCREMENTAR LA BASE EXPORTADORA EMPRESARIAL ASTURIANA

Objetivos operativos

- REGULARIDAD: CONSOLIDAR EL NÚMERO DE EMPRESAS EXPORTADORAS Y APOYAR SU EVOLUCIÓN HACIA FASES MÁS AVANZADAS DE SU INTERNACIONALIZACIÓN

Objetivos de la iniciativa

- Aumentar la participación de empresas asturianas que participan en proyectos financiados por Instituciones Financieras Multilaterales y Organismos públicos extranjeros.
- Estimular la participación agrupada de las empresas asturianas en licitaciones internacionales.
- Acompañar a las empresas en este proceso.
- Conocer y difundir las oportunidades de negocio en el mercado multilateral.
- Colaborar con los proyectos de promoción en este ámbito a nivel nacional.

Descripción

Las oportunidades de negocio que ofrecen las licitaciones internacionales y el mercado multilateral son aun escasamente aprovechadas por las empresas asturianas. La contratación pública internacional y la cooperación al desarrollo generan necesidades de infraestructuras, bienes y servicios con un importante volumen, pero que presentan unos requerimientos de contratación complejos, aunque alcanzables para las empresas asturianas. Por lo tanto, resulta necesario dar difusión a estas oportunidades e impulsar la participación agrupada de las empresas en estos proyectos.

Acciones

- Búsqueda activa de oportunidades de negocio en el mercado de la licitación pública internacional y multilateral.
- Difusión de oportunidades de negocio mediante web ASTUREX.
- Organización de Jornadas de presentación de oportunidades con presencia de organismos multilaterales, oferta de organismos de promoción y casos de éxito.
- Apoyo en la búsqueda de socios locales para la conformación de consorcios que liciten de forma conjunta maximizando las oportunidades de éxito.
- Organización de talleres técnicos ASTURIAS LICITA.
- Asistencia técnica para licitaciones internacionales.

- Convocatoria de ayudas de IDEPA a la participación en licitaciones internacionales.
- Organización de visitas institucionales a organismos multilaterales.
- Organización de misiones comerciales a organismos multilaterales.

Responsable de la Iniciativa

ASTUREX, Sociedad de Promoción Exterior Principado de Asturias, S.A.
IDEPA, Instituto de Desarrollo Económico del Principado de Asturias (línea de ayudas)

Indicadores

- Nº de jornadas celebradas
- Nº de asistentes a jornadas
- Nº acciones multilaterales

9. FINANCIACIÓN A LA INTERNACIONALIZACIÓN

Objetivo estratégico

INCREMENTAR LA BASE EXPORTADORA EMPRESARIAL ASTURIANA

Objetivos operativos

- REGULARIDAD: CONSOLIDAR EL NÚMERO DE EMPRESAS EXPORTADORAS Y APOYAR SU EVOLUCIÓN HACIA FASES MÁS AVANZADAS DE SU INTERNACIONALIZACIÓN

Objetivos de la iniciativa

- Favorecer la internacionalización de las Pymes asturianas, facilitando líneas de financiación y avales para sus actividades de exportación en condiciones preferentes, a través de Convenios de Colaboración suscritos con entidades de crédito.

Descripción

Las pymes precisan, más que nunca, disponer del máximo de recursos posibles para asegurar la ejecución de sus proyectos internacionales, aprovechar las oportunidades que los mercados exteriores ofrecen y garantizar su competitividad.

Así, esta iniciativa ofrece a las pymes asturianas líneas de financiación de exportaciones y avales internacionales en condiciones preferentes, a través de Convenios de Colaboración suscritos con entidades de crédito que operan en la región de Asturias. Esta iniciativa pretende mejorar la financiación de estas empresas favoreciendo su liquidez, promoviendo su internacionalización y, por lo tanto, contribuyendo de este modo a activar nuestra economía.

Acciones

- Convenio con la Sociedad de Garantía Recíproca ASTURGAR.
- Difusión de las condiciones del Convenio en colaboración con ASTURGAR y entidades de crédito adheridas.
- Organización de jornadas informativas sobre instrumentos de financiación en su actividad exportadora.

Responsable de la Iniciativa

IDEPA, Instituto de Desarrollo Económico del Principado de Asturias

Indicadores

- Nº de entidades de crédito adheridas
- Nº de operaciones solicitadas por tipo (financiación/avales)- total
- Nº de operaciones aprobadas (financiación/avales)

10. INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS PERSONAS

Objetivo estratégico

INCREMENTAR LA BASE EXPORTADORA EMPRESARIAL ASTURIANA

Objetivos operativos

- REGULARIDAD: CONSOLIDAR EL NÚMERO DE EMPRESAS EXPORTADORAS Y APOYAR SU EVOLUCIÓN HACIA FASES MÁS AVANZADAS DE SU INTERNACIONALIZACIÓN

Objetivos de la iniciativa

- Dotar a la región de profesionales cualificados para abordar el proceso de internacionalización de la empresa asturiana.

Descripción

Una de las claves para impulsar la internacionalización de una región es el fomento de la formación y sensibilización de las personas que, en última instancia, lideran y gestionan las estrategias de acceso a mercados internacionales en las empresas.

Así, esta iniciativa contempla acciones de sensibilización y formación de las personas que se encuentran en formación y que son el futuro de Asturias y acciones de capacitación especializada de los profesionales que trabajan en el ámbito de la internacionalización lo que es un requisito imprescindible para conseguir una mayor apertura al exterior del tejido empresarial asturiano.

Acciones

- Formación especializada en comercio internacional en colaboración con otros agentes: Cámaras Comercio, FADE, etc.
- Programa Superior de Comercio Internacional de la Cámara de Oviedo.
- Sensibilización sobre la cultura internacional para jóvenes en periodo de formación. Colaboración con Universidad y Centros de Formación para organizar jornadas de orientación laboral hacia la actividad comercial internacional.
- Convocatoria de ayuda para la incorporación de profesionales en comercio internacional a las empresas- TECEX.
- Elaboración de diagnóstico sobre necesidades formativas en materia de internacionalización y Plan de Formación en Comercio Internacional.
- Programa de Becas en Comercio Exterior.

Responsable de la Iniciativa

ASTUREX, Sociedad de Promoción Exterior Principado de Asturias, S.A.
IDEPA, Instituto de Desarrollo Económico del Principado de Asturias
Cámara de Comercio de Oviedo

Indicadores

- Nº de jornadas de orientación internacional
- Nº de empresas beneficiarias TECEX
- % de presupuesto ejecutado TECEX
- Nº de becas concedidas

11. BORN GLOBAL

Objetivo estratégico

INCREMENTAR LA BASE EXPORTADORA EMPRESARIAL ASTURIANA

Objetivos operativos

- INNOVACIÓN Y EMPRENDIZAJE: FACILITAR QUE EMPRENDEDORES Y EMPRESAS DE BASE TECNOLÓGICA INCORPOREN LA VARIABLE INTERNACIONAL EN SUS ESTRATEGIAS

Objetivos de la iniciativa

- Impulsar la internacionalización de las empresas de nueva creación que surgen tanto en sectores de alta tecnología como en los tradicionales, cuyo enfoque estratégico desde su nacimiento es el mercado global.

Descripción

El concepto de internacionalización de las empresas se ha concebido tradicionalmente como un proceso gradual, que tiene lugar en etapas incrementales y sucesivas en un periodo largo de tiempo. Sin embargo, en los últimos años un número creciente de empresas, sobre todo las relacionadas con las nuevas tecnologías, han tendido a introducirse en los mercados internacionales desde su nacimiento, cambiando el concepto que se mantenía de la internacionalización incremental. Estas empresas no siguen una expansión gradual sino que nacen con una perspectiva mundial y una internacionalización instantánea, caracterizándose por operar en los mercados exteriores desde muy temprano en su ciclo de vida. Son empresas con recursos limitados por su juventud que ven el mundo como su mercado desde el principio, y ven el mercado nacional como un apoyo para sus negocios internacionales. Esta iniciativa busca identificar y acompañar a estas empresas en su dimensión internacional.

Acciones

- Identificar empresas born global mediante la coordinación con programas específicos.
- Asesoramiento en el Plan de Negocio en su dimensión internacional y seguimiento.
- Organización de jornadas específicas para la presentación de los servicios y apoyos de los agentes impulsores de la internacionalización.

Responsable de la Iniciativa

ASTUREX, Sociedad de Promoción Exterior Principado de Asturias, S.A.

Indicadores

- Nº de jornadas de presentación
- Nº de asistentes a jornadas
- Nº de empresas captadas

12. I+D+2I

Objetivo estratégico

INCREMENTAR LA BASE EXPORTADORA EMPRESARIAL ASTURIANA

Objetivos operativos

- INNOVACIÓN Y EMPRENDIZAJE: FACILITAR QUE EMPRENDEDORES Y EMPRESAS DE BASE TECNOLÓGICA INCORPOREN LA VARIABLE INTERNACIONAL EN SUS ESTRATEGIAS

Objetivos de la iniciativa

- Impulsar la internacionalización de las empresas de base tecnológica asturianas (EBTS).

Descripción

La internacionalización de las empresas de base tecnológica debe discurrir de forma paralela a su propio desarrollo, por múltiples motivos: el carácter transnacional de los nuevos modelos de negocio y de la tecnología, el carácter global del conocimiento, así como la oportunidad y necesidad de competir en un escenario global.

Esta iniciativa pretende sensibilizar y acompañar a estas empresas de alto contenido tecnológico en su proceso de internacionalización con los recursos de información, servicio especializado y apoyo económico disponible.

Acciones

- Identificar empresas de base tecnológica mediante la coordinación con el CEEI y otros agentes impulsores de la innovación en Asturias.
- Seguimiento de la evolución en mercados exteriores de las EBTS en coordinación con los agentes impulsores de la innovación en Asturias.
- Organización de jornadas específicas para la presentación de los servicios y apoyos de los agentes impulsores de la internacionalización e innovación.
- Coordinación con agentes nacionales para poner a disposición de las EBTS asturianas la participación en acciones promocionales internacionales.
- Organización de misiones tecnológicas dirigidas a mercados de referencia.
- Fomento de la participación en redes.
- Línea de ayuda IDEPA a la proyección internacional de las EBTs.
- Ayuda a la participación en programas internacionales de I+D+i.

Responsable de la Iniciativa

ASTUREX, Sociedad de Promoción Exterior Principado de Asturias, S.A.

IDEPA, Instituto de Desarrollo Económico del Principado de Asturias

Indicadores

- Nº acciones
- Nº de aprobaciones de ayudas para la participación en programas internacionales de I+D+i
- % presupuesto ejecutado

13. SERVICIO A MEDIDA PARA PROYECTOS SINGULARES

Objetivo estratégico

INCREMENTAR LA BASE EXPORTADORA EMPRESARIAL ASTURIANA

Objetivos operativos

- PROYECTOS SINGULARES: APOYAR PROYECTOS DE CARÁCTER TRACTOR Y ESTRATÉGICOS PARA LA REGIÓN EN SU DIMENSIÓN INTERNACIONAL

Objetivos de la iniciativa

- Desarrollar un servicio a medida de las necesidades de los proyectos que se consideren singulares por su carácter tractor o estratégico para la región.

Descripción

Las empresas asturianas se encuentran en diferentes grados de internacionalización por lo que el apoyo que debe facilitarse desde los agentes también lo debe ser adaptándose a las necesidades reales. Y cuando estas necesidades se amplían, también deben hacerlo los servicios ofrecidos en función de los nuevos proyectos que se consideren estratégicos para la región o con un alto componente tractor para la economía asturiana, adaptándonos como un traje a medida que crece con el proyecto. Así, esta iniciativa responde a la solicitud de las empresas que requieren de un apoyo que se ajuste, en la medida de lo posible, a sus necesidades.

Acciones

- Organización del "Servicio a medida".
  - Estudio de proyectos singulares.
  - Creación de comisión con agentes potenciales impulsores del proyecto.
  - Hoja de ruta del proyecto (servicio de acompañamiento).

Responsable de la Iniciativa

ASTUREX, Sociedad de Promoción Exterior Principado de Asturias, S.A.

IDEPA, Instituto de Desarrollo Económico del Principado de Asturias

Indicadores

- Nº de proyectos singulares apoyados
- % de proyectos singulares con éxito

14. PROGRAMA ESPECIALIZACIÓN SECTOR/PAÍS

Objetivo estratégico

CONSOLIDAR Y DIVERSIFICAR MERCADOS Y SECTORES ESTRATÉGICOS

Objetivos operativos

- SECTORES ESTRATÉGICOS: CONTINUAR APOYANDO LOS SECTORES CLAVE DE MAYOR TRADICIÓN EXPORTADORA Y POTENCIAR LOS SECTORES INNOVADORES CON ALTO VALOR AÑADIDO.
- MERCADOS ESTRATÉGICOS: CONSOLIDAR LOS MERCADOS CON MAYOR POSICIÓN EXPORTADORA Y POTENCIAR ESFUERZOS EN AQUELLOS MERCADOS CON MAYOR ATRACTIVO.

Objetivos de la iniciativa

- Desarrollar un programa de actuaciones de promoción internacional especializado por sector y país en colaboración con los agentes representativos sectoriales.

Descripción

El programa de internacionalización ha establecido una serie de países de mayor atractivo para las exportaciones asturianas que deben analizarse junto con los agentes representativos sectoriales a fin de especializar las actuaciones a desarrollar y consensuarlas con las empresas, las protagonistas de este programa. Esta iniciativa trata de alinear las políticas de promoción exterior con las inquietudes de las empresas con una perspectiva sectorial.

Acciones

- Planificación de actuaciones de promoción internacional sectoriales en colaboración con los agentes representativos.
- Organización y seguimiento de actuaciones de prospección y promoción sectoriales: viajes de prospección, misiones directas e inversas, visitas estructuradas a ferias, participación agrupada en ferias, etc.
- Celebración de Foros sectoriales (Metal, TICs, Alimentario, etc.)
- Elaboración de un Estudio sobre el grado de internacionalización de los servicios intensivos en conocimiento, KIBS.
- Observatorio oportunidades de negocio (Red exterior) en colaboración con FADE.
- Fortalecimiento de la Red Exterior y especialización sectorial en mercados prioritarios.
- Organización de jornadas sectoriales de presentación del programa de actuación.
- Evaluación de los resultados obtenidos en colaboración con las asociaciones y clústeres.

Responsable de la Iniciativa

ASTUREX, Sociedad de Promoción Exterior Principado de Asturias, S.A.

IDEPA, Instituto de Desarrollo Económico del Principado de Asturias (Premio)

Indicadores

- Nº de actuaciones por sector- total
- Nº de participantes por sector- total
- Nº misiones directas sectoriales
- Nº misiones inversas
- Nº Visitas estructuradas a ferias
- Nº ferias en participación agrupada
- Nº de Foros celebrados
- Nº de empresas extranjeras en Foros

15. PROGRAMA MERCADOS PRIORITARIOS

Objetivo estratégico

CONSOLIDAR Y DIVERSIFICAR MERCADOS Y SECTORES ESTRATÉGICOS

Objetivos operativos

- MERCADOS ESTRATÉGICOS: CONSOLIDAR LOS MERCADOS CON MAYOR POSICIÓN EXPORTADORA Y POTENCIAR ESFUERZOS EN AQUELLOS MERCADOS CON MAYOR ATRACTIVO.

Objetivos de la iniciativa

- Desarrollar acciones de promoción específicas en los mercados prioritarios identificados en este Programa de Internacionalización Empresarial con el propósito de consolidar la presencia de las empresas asturianas en sus principales mercados y continuar con el proceso de diversificación geográfica hacia nuevos mercados emprendida en los últimos años.

Descripción

En los últimos ejercicios se ha avanzado sustancialmente en el proceso de diversificación geográfica de las exportaciones asturianas. Han aparecido en el ranking de mercados de destino nuevos países como Turquía y China. También han cobrado relevancia países como México e y Brasil en América Latina o Marruecos y Argelia en el Norte de África. Este proceso de diversificación gradual de las exportaciones se juzga como enormemente positivo y, a juicio de los responsables de la elaboración del programa, debe mantenerse en el futuro.

Al mismo tiempo, hay un consenso amplio de que no debiera olvidarse de la política de promoción aquellos países que siguen siendo el principal destino de nuestras exportaciones. Son países que necesitarán acciones de promoción diferenciadas y específicas según la naturaleza de las empresas interesadas. Las pymes y las grandes empresas tienen requerimientos y necesidades diferentes en estos mercados y la política de promoción debe dar respuestas específicas a cada una de ellas.

Acciones

- Estrategia de consolidación en mercados de mejor posición exportadora y mayor atractivo (Grupo 1) con acciones relacionadas con la promoción de la imagen de Asturias y el refuerzo de la red de promotores en el exterior.
- Estrategia de refuerzo en mercados muy atractivos pero con menos posición exportadora (Grupo 2) con acciones de refuerzo como promociones selectivas, mejora conocimiento país, aprovechamiento de empresas ya instaladas, además del refuerzo de la red exterior.

- Estrategia en mercados con alta posición exportadora y menor atractivo (Grupo 3) con acciones sectoriales ofensivas, impulso fórmulas de colaboración o búsqueda de socios locales.
- Estrategia en mercados con menor posición y atractivo (Grupo 4) con acciones específicas a demanda de las empresas.

Responsable de la Iniciativa

ASTUREX, Sociedad de Promoción Exterior Principado de Asturias, S.A.

Indicadores

- Nº de actuaciones mercados prioritarios- total

16. REDES Y FOROS

Objetivo estratégico

REDIMENSIONAR LA EMPRESA ASTURIANA MEDIANTE LA COOPERACIÓN PARA ACCEDER A LOS MERCADOS INTERNACIONALES

Objetivos operativos

- IMPULSAR LA PARTICIPACIÓN DE EMPRESAS EN REDES INTERNACIONALES

Objetivos de la iniciativa

- Generar oportunidades de negocio internacionales para las empresas asturianas tomando como base el prestigio de Asturias y sus instituciones en el exterior en el ámbito de las políticas públicas y de la capacidad industrial.

Descripción

Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación han abierto desconocidas posibilidades de abrir canales de comercialización insospechadas hasta ahora. La creación de redes y foros entre empresas y profesionales es una herramienta que está alcanzando un desarrollo inusitado, sobre todo a partir de la explosión de las oportunidades que ofrece el mundo en internet conocido como 2.0. En Asturias ya se han dado algunos ejemplos en esta dirección que han tratado de poner en contacto a las empresas y profesionales asturianos con la comunidad asturiana en el exterior. Una comunidad asentada en muchos países y con gran caudal de conocimiento e influencia.

La presente iniciativa tiene el objetivo de desarrollar estos proyectos puestos ya en marcha, además de incorporar otros que contribuyan también a la internacionalización de las empresas.

La creación de redes y foros 2.0 facilitará el intercambio de conocimientos y experiencia de éxito, así como puede ser el origen de oportunidades de negocio importantes para nuestras empresas.

En esta línea de actividades, también las redes en las que están las instituciones asturianas pueden servir de plataforma internacional para nuestras empresas. En estas redes se configuran oportunidades de proyectos transnacionales que deben aprovecharse y para lo que de nuevo se tienen que utilizar las facilidades que las nuevas tecnologías ofrecen en la actualidad.

Acciones

- Participación de Asturex e Idepa en redes internacionales de agencias de promoción exterior a fin de favorecer oportunidades de negocio entre empresas asturianas y empresas en el país de destino.

- Celebración de convenios de colaboración para consolidar un observatorio de oportunidades de negocio mediante las redes del programa DEVA, Confederación de Empresarios Asturianos en el Mundo, (CEAM), Cámaras de Comercio y Compromiso Asturias XXI.

Responsable de la Iniciativa

ASTUREX, Sociedad de Promoción Exterior Principado de Asturias, S.A.
IDEPA, Instituto de Desarrollo Económico del Principado de Asturias

Indicadores

- Nº acciones/ convenios

17. ASTURIAS COOPERA

Objetivo estratégico

REDIMENSIONAR LA EMPRESA ASTURIANA MEDIANTE LA COOPERACIÓN PARA ACCEDER A LOS MERCADOS INTERNACIONALES

Objetivos operativos

- PROMOCIONAR EL DESARROLLO DE CONSORCIOS, GRUPOS DE PROMOCIÓN Y OTRAS FÓRMULAS DE COOPERACIÓN

Objetivos de la iniciativa

- Impulsar la creación de fórmulas de cooperación entre empresas asturianas para abordar los mercados exteriores de forma que puedan llevar a cabo este proceso con mayor posibilidad de éxito y un menor riesgo.

Descripción

La puesta en marcha del proceso de internacionalización de las empresas es el resultado de un trabajo continuo que implica dedicación, tiempo y recursos y supone riesgos y oportunidades que deben medirse con precisión a fin de intentar asegurar el éxito del mismo. En este sentido, el poder trabajar en cooperación se convierte para las empresas en una alternativa estratégica de primer orden a fin de mejorar su competitividad y con ello, aprovechar las oportunidades que puedan surgir en los mercados internacionales. Una estrategia que puede proporcionar a las organizaciones una mayor dimensión operativa y capacidad de acción, además de un acceso más sencillo a mercados difíciles de abordar por sí solas, por ser poco conocidos o exigentes en lo financiero. La disposición de las empresas asturianas a la colaboración para abordar mercados exteriores ha impulsado el diseño de esta iniciativa.

Acciones

- Línea de apoyo a la constitución de consorcios, grupos de promoción, sociedades de compra, plataformas logísticas y consorcios tecnológicos.
- Apoyo al desarrollo de las actuaciones agrupadas definidas en sus planes de internacionalización agrupados contemplando nuevos formatos promocionales.
- Servicios para facilitar el acceso y penetración agrupada en la gran distribución internacional.

Responsable de la Iniciativa

ASTUREX, Sociedad de Promoción Exterior Principado de Asturias, S.A.
IDEPA, Instituto de Desarrollo Económico del Principado de Asturias (Línea de ayudas)

Indicadores

- Nº de grupos creados
- Nº de empresas participantes en grupos
- Nº de bajas
- % de consorcios activos en el 1º año
- % de consorcios activos en el 2º año

18. ASOCIACIONES Y CLÚSTERES

Objetivo estratégico

REDIMENSIONAR LA EMPRESA ASTURIANA MEDIANTE LA COOPERACIÓN PARA ACCEDER A LOS MERCADOS INTERNACIONALES

Objetivos operativos

- FACILITAR QUE ASOCIACIONES EMPRESARIALES Y CLÚSTERES DINAMICEN E IMPULSEN LA ACTIVIDAD INTERNACIONAL DE SUS ASOCIADOS

Objetivos de la iniciativa

- Involucrar a las asociaciones empresariales y clústeres en la internacionalización de sus asociados como un objetivo estratégico necesario.

Descripción

La colaboración entre empresas para acceder a mercados internacionales requiere, en muchas ocasiones, de pasos previos que faciliten espacios de encuentro y conocimiento que pongan de relieve posibles sinergias. Así, deben ir involucrándose agentes cercanos a las empresas en el fomento de la internacionalización conjunta. Y éste es el caso de asociaciones empresariales y clústeres que pueden ejercer un rol acelerador en este proceso. Es por ello, que esta iniciativa se dirige a apoyar el desarrollo de esta función sumando fuerzas a la consecución del objetivo central de este programa: incrementar el grado de apertura de la economía asturiana por medio de la internacionalización de sus empresas.

Acciones

- Apoyo a las asociaciones empresariales y clústeres para la planificación de la promoción internacional de sus empresas.
- Enlace con ASTUREX para coordinar su actividad de promoción internacional.
- Apoyo al desarrollo de las actuaciones agrupadas contempladas en sus planes de internacionalización.

Responsable de la Iniciativa

ASTUREX, Sociedad de Promoción Exterior Principado de Asturias, S.A.
IDEPA, Instituto de Desarrollo Económico del Principado de Asturias (Línea de ayudas)

Indicadores

- Nº de asociaciones y clústeres en coordinación

19. INVEST IN ASTURIAS: CAPTACIÓN Y SOFT-LANDING

Objetivo estratégico

ATRAER Y FIDELIZAR INVERSIÓN EXTRANJERA

Objetivos operativos

- ATRAER INVERSIÓN EXTRANJERA ESPECIALIZADA Y RELACIONADA.

Objetivos de la iniciativa

- Disponer de un servicio proactivo de captación de inversión extranjera que complemente el tejido empresarial asturiano y que preste un servicio de soft-landing al potencial inversor.

Descripción

Asturias es una región con un fuerte peso industrial, capaz de atraer inversiones y de generar empleo a través de un importante tejido empresarial. En el actual contexto económico, la atracción de nuevas inversiones extranjeras es vital para seguir generando riqueza y empleo. Favorece la expansión del capital humano y la trasferencia de conocimiento y tecnología en la región contribuyendo a un aumento de la productividad, incrementa el nivel de exportaciones y de relación con el país inversor que ejerce un efecto arrastre sobre el conjunto de los sectores económicos y mejora en el clima de competitividad del mercado local al incorporar nuevos sectores y actividades y añadir eslabones más complejos de la cadena de valor. Así, Invest In Asturias estará centrada en la captación proactiva de actividades que complementen el tejido empresarial asturiano. Para ello, se plantea incrementar la atracción de inversiones relacionadas de alto valor añadido, intensivas en conocimiento, tecnología y capital mediante una estrategia proactiva de búsqueda selectiva y un servicio soft-landing para el inversor. Todo ello, es liderado al máximo nivel con la necesaria implicación del Gobierno mediante la organización de viajes institucionales con este objetivo.

Acciones

- Actualización de las ventajas competitivas y factores diferenciales de Asturias.
- Actualización de los sectores estratégicos/ segmentos de oportunidad para la región.
- Elaboración de “Presentaciones sectoriales del expertise de Asturias” en los sectores estratégicos.
- Identificación y búsqueda proactiva de proyectos que refuercen la capacidad competitiva de la región en coordinación con otros actores: clústeres, asociaciones, centros tecnológicos, administraciones, consultores especializados y promotores de la red Asturex.
- Definición de una política de captación de inversiones con promoción de imagen del Principado: renovación de la web Invest in Asturias, visitas de prescriptores.

- Establecimiento de contactos internacionales a través de la participación en ferias, foros y eventos internacionales de los sectores/proyectos considerados estratégicos.
- Organización de misiones institucionales con objetivo de captar proyectos de inversión concretos.
- Coordinación con Invest in Spain y colaboración con organismos extranjeros (embajadas, cámaras de comercio, etc.)
- Disponer de un catálogo de servicios y condiciones a ofrecer a los potenciales inversores.
- Identificar las necesidades particulares de cada inversor según sector/proyecto.
- Disponer de una red flexible para ofrecer una gestión integral y tratamiento personalizado de los proyectos de inversión, proporcionando asesoramiento e información sobre el mercado, incentivos y ayudas, propuestas de ubicación, búsqueda de potenciales socios, etc.
- Implicar en los proyectos a empresas extranjeras ya instaladas en el Principado, para que actúen como prescriptores.
- Facilitar catálogo de empresas proveedoras a los potenciales inversores.
- Facilitar la vinculación con la región: información clara sobre la tramitación de residencia, opciones para la continuación de estudios, formación en idiomas,…

Responsable de la Iniciativa

IDEPA, Instituto de Desarrollo Económico del Principado de Asturias

Indicadores

- Nº de presentaciones institucionales de Asturias como lugar para invertir
- Nº de proyectos identificados
- % proyectos derivados de Invest in Spain
- % proyectos por actividad proactiva
- Nº de proyectos implantados

20. INVEST IN ASTURIAS: FIDELIZACIÓN. AFTER-CARE

Objetivo estratégico

ATRAER Y FIDELIZAR INVERSIÓN EXTRANJERA

Objetivos operativos

- FIDELIZAR Y MAXIMIZAR LA INVERSIÓN EXTRANJERA EN ASTURIAS.

Objetivos de la iniciativa

- Desplegar una política de atención continua a las empresas con capital extranjero ya instaladas para favorecer su ampliación y extensión.

Descripción

Asturias es una región con un fuerte peso industrial, que ha atraído capital extranjero intensivo en empleo y conocimiento con un efecto multiplicador en la economía asturiana.

Desde Invest in Asturias se desarrollan una serie de actuaciones de manera sistemática dirigidas a afianzar las relaciones existentes con estas empresas, conocer sus necesidades y ofrecer un servicio de apoyo en los proyectos de ampliación o renovación que puedan identificarse y de interlocución con las administraciones.

Acciones

- Disponer de una agenda anual de reuniones con las empresas de capital extranjero, para conocer su situación actual así como sus necesidades.
- Crear, coordinar y organizar semestralmente un Foro de Empresas de capital extranjero implantadas en el Principado, manteniendo así los contactos institucionales periódicos con las empresas.
- Apoyo y seguimiento de proyectos de reinversión de las empresas ya instaladas.

Responsable de la Iniciativa

IDEPA, Instituto de Desarrollo Económico del Principado de Asturias

Indicadores

- Nº de empresas que participan en el Foro
- Nº de empresas participantes en after-care
- Nº de proyectos de inversión identificados

21. COMUNICACIÓN

Objetivo estratégico

OPTIMIZAR LOS RECURSOS PÚBLICOS DESTINADOS A LA PROMOCIÓN DE LA INTERNACIONALIZACIÓN EMPRESARIAL

Objetivos operativos

- GESTIONAR DE FORMA EFICIENTE LOS RECURSOS DISPONIBLES DESTINADOS AL APOYO A LA INTERNACIONALIZACIÓN EMPRESARIAL.

Objetivos de la iniciativa

- Divulgar los contenidos del presente programa y de los planes de actuación anuales en los que se despliega para lograr una mayor capilaridad entre las empresas asturianas de forma que puedan acceder a los servicios y apoyos previstos en el programa.
- Comunicar los resultados obtenidos por las diferentes iniciativas con el fin de acercar las empresas a las instituciones y dar a conocer el retorno de los recursos aplicados.

Descripción

El Programa de Internacional Empresarial del Principado de Asturias tiene como único objetivo y razón de ser las empresas y deben ser éstas las que conozcan de forma clara y sencilla las diferentes iniciativas a las que poder sumarse para impulsar su proceso de acceso a los mercados internacionales.

Acciones

- Plan de comunicación.
- Potenciar la web de ASTUREX y de INVEST IN ASTURIAS.
- Organización de jornadas de presentación del programa y de su despliegue anual.

Responsable de la Iniciativa

ASTUREX, Sociedad de Promoción Exterior Principado de Asturias, S.A.
IDEPA, Instituto de Desarrollo Económico del Principado de Asturias

Indicadores

- Nº de jornadas de presentación
- Nº de empresas participantes en jornadas
- Nº de visitas web

22. ESPECIALIZACIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS DE PROMOCIÓN EXTERIOR

Objetivo estratégico

OPTIMIZAR LOS RECURSOS PÚBLICOS DESTINADOS A LA PROMOCIÓN DE LA INTERNACIONALIZACIÓN EMPRESARIAL

Objetivos operativos

- GESTIONAR DE FORMA EFICIENTE LOS RECURSOS DISPONIBLES DESTINADOS AL APOYO A LA INTERNACIONALIZACIÓN EMPRESARIAL.

Objetivos de la iniciativa

- Especializar los recursos humanos a disposición de las empresas para impulsar su internacionalización.

Descripción

El equipo de profesionales en origen y destino que ofrecen asesoramiento y apoyo a las empresas asturianas deben dominar no sólo las técnicas de comercio exterior, las fuentes de información y disponer de información actualizada del país y sector objetivo, si no también desarrollar un perfil comercial que acerque a empresas asturianas y potenciales compradores. La especialización de nuestros profesionales es una demanda de nuestras empresas a la que debemos responder.

Acciones

- Plan de formación Asturex.
- Especialización sectorial de los promotores de la Red Exterior en mercados prioritarios.
- Plan de formación de otras instituciones relacionadas con la promoción exterior.

Responsable de la Iniciativa

ASTUREX, Sociedad de Promoción Exterior Principado de Asturias, S.A.

Indicadores

- % personas en formación
- Nº Países con red exterior especializada

23. COORDINACIÓN INSTITUCIONAL

Objetivo estratégico

OPTIMIZAR LOS RECURSOS PÚBLICOS DESTINADOS A LA PROMOCIÓN DE LA INTERNACIONALIZACIÓN EMPRESARIAL

Objetivos operativos

- GESTIONAR DE FORMA EFICIENTE LOS RECURSOS DISPONIBLES DESTINADOS AL APOYO A LA INTERNACIONALIZACIÓN EMPRESARIAL.

Objetivos de la iniciativa

- Poner a disposición de las empresas un catálogo de servicios y apoyo que integre todas las actuaciones previstas por los diferentes agentes impulsores de la internacionalización a las que puedan acceder.

Descripción

La coordinación institucional es imprescindible a fin de eliminar solapamientos, duplicidades y compartir el conocimiento, la experiencia y los recursos que las diferentes instituciones a nivel regional, nacional e internacional pueden ofrecer para la promoción de la internacionalización empresarial.

Acciones

- Mapa de instituciones de apoyo a la internacionalización empresarial.
- Enlace de ASTUREX con las diferentes instituciones entre cuyos fines se encuentre el fomento de la internacionalización empresarial en todas sus perspectivas (promoción, financiación, inversión, etc.)
- Coordinación de acciones de promoción con agentes en materia de fomento de la internacionalización empresarial.
- Desarrollo de iniciativas conjuntas con instituciones regionales y nacionales.
- Participación activa en el Consejo Interterritorial de Internacionalización.
- Premio al Impulso Empresarial.

Responsable de la Iniciativa

ASTUREX, Sociedad de Promoción Exterior Principado de Asturias, S.A.
IDEPA, Instituto de Desarrollo Económico del Principado de Asturias

Indicadores

- Nº de acciones de coordinación

24. EVALUACIÓN

Objetivo estratégico

OPTIMIZAR LOS RECURSOS PÚBLICOS DESTINADOS A LA PROMOCIÓN DE LA INTERNACIONALIZACIÓN EMPRESARIAL

Objetivos operativos

- GESTIONAR DE FORMA EFICIENTE LOS RECURSOS DISPONIBLES DESTINADOS AL APOYO A LA INTERNACIONALIZACIÓN EMPRESARIAL.

Objetivos de la iniciativa

- Someter a evaluación periódica tanto la ejecución como los resultados del programa a fin de adecuar las actuaciones previstas a la situación y expectativas de las empresas.

Descripción

Evaluar semestralmente los avances tanto del Programa de Internacionalización Empresarial como de los Programas Operativos Anuales son tareas que garantizan que los agentes responsables, pueden disponer de información oportuna, clara y objetiva para la correcta toma de decisiones y revisión de las estrategias.

Acciones

- Comunicación a los responsables del sistema de evaluación.
- Incorporación en el orden del día del Consejo de ASTUREX la evaluación del plan con periodicidad semestral.
- Divulgación de resultados.
- Elaboración de informes trimestrales.

Responsable de la Iniciativa

ASTUREX, Sociedad de Promoción Exterior Principado de Asturias, S.A.

Indicadores

- Cumplimiento del plan de evaluación
- % objetivos en cumplimiento

12.-PRESUPUESTO DEL PROGRAMA

Presupuesto	2013	2014	2015
Incrementar la base exportadora empresarial asturiana	2.500.000	2.500.000	2.500.000
Consolidar y Diversificar Mercados y Sectores Estratégicos	1.000.000	1.000.000	1.000.000
Redimensionar la empresa asturiana mediante la cooperación para acceder a los mercados internacionales	750.000	750.000	750.000
Atraer y fidelizar inversión extranjera	400.000	400.000	400.000
Optimizar los recursos públicos destinados a la promoción de la internacionalización empresarial	50.000	50.000	50.000
Gastos Estructura Asturex	650.000	650.000	650.000
Total Programa	5.350.000	5.350.000	5.350.000