

Una manera de hacer Europa



BUENAS PRÁCTICAS Actuaciones Cofinanciadas

Evangelización de la internacionalización 2019

Cámara de Comercio de Santa Cruz de Tenerife

Programa Operativo de Canarias

Año 2022

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

BUENA PRÁCTICA

EVANGELIZACIÓN DE LA INTERNACIONALIZACIÓN 2019, DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE SANTA CRUZ DE TENERIFE.



El programa "Evangelización de la internacionalización 2019" es un proyecto promovido por la Cámara de Comercio de Santa Cruz de Tenerife, con el objetivo de potenciar la internacionalización del tejido empresarial canario a través de acciones de sensibilización sobre las ventajas de la venta al exterior así como promover los instrumentos y ayudas disponibles para acometer este proceso.

Se puso en marcha este proyecto ante la necesidad de incrementar el número de empresas exportadoras dentro del ecosistema económico Canario, donde tan sólo el 4,9% de las empresas realizan exportaciones. La falta de motivación o el miedo de las pymes canarias para internacionalizarse debe combatirse con medidas decididas de “evangelización”, en las que:

- Se informe a las empresas de las oportunidades de crecimiento (o en muchos casos, de la imperiosa necesidad de diversificación y supervivencia) que pueden encontrar al acudir a mercados externos;
- se minimice la percepción de complejidad de vender al exterior;
- se fomente la innovación para aumentar competitividad y se compartan mejores prácticas en ese sentido;
- y se les oriente sobre las distintas herramientas existentes para vencer estas barreras a la

internacionalización, como los programas y ayudas que ofrece las instituciones públicas.

El Programa se desarrolló a través de una serie de actuaciones tales como la creación de una “ventanilla única” de información, la realización de una campaña de comunicación, que incluyó la creación de la marca del proyecto, canales de comunicación digitales y material divulgativo, la elaboración de una guía básica de documentos y programas de apoyo a la internacionalización. También se realizaron acciones de atención y difusión personalizada con empresas, tales como la celebración de jornadas informativas, y visitas a las empresas para realizar acciones de asesoramiento.



Gracias a este programa, 115 pymes recibieron la información, a través de 10 jornadas informativas y más de 60 encuestas realizadas para valorar su interés. A lo largo del año, el resultado fue que, entre 124 y 247 se interesaron por la internacionalización. Entre 87 y 175 solicitaron las ayudas y entre 8 y 36 recibieron acciones de apoyo más subvenciones.

Información Financiera:

Gasto Público Elegible: 43.016 €

Ayuda FEDER: 36.564 €

<https://www.camaratenerife.com/10-comercio-exterior/22250-canarias-internacionaliza>



- FACEBOOK:

<https://www.facebook.com/canariasinternacionaliza/posts/171273024261687>



2. Incorporación de elementos innovadores.

El programa ‘Evangelización de la Internacionalización’ tenía entre sus objetivos acercar a las empresas a las instituciones que subvencionan las acciones de internacionalización. Para ello, se creó una “ventanilla única”, que ha sido el principal elemento innovador.

Este programa nace a partir de la Estrategia Operativa para la Internacionalización de la Economía Canaria, que realizó un estudio sobre los motivos por los que el tejido empresarial canario no exporta sus servicios o productos. Las causas, entre otras, se centraban en la falta de promoción de las subvenciones por parte de las instituciones, que se suman a las ‘incertidumbres’ y a la poca información que reciben las empresas.

De esta forma, al actuar como "ventanilla única", se consiguió focalizar toda la información en un solo punto y ponerla a disposición de las empresas, sobre todo en lo referente a las subvenciones que son ejecutadas por diferentes instituciones (Cámaras de Comercio, ICEX y Proexca). Las ventajas de la internacionalización se dieron a conocer con la celebración de jornadas informativas, y visitas a las empresas para realizar acciones de asesoramiento.

3. Adecuación de los resultados obtenidos a los objetivos establecidos.

El programa ‘Evangelización de la Internacionalización’ tuvo como objetivo principal sensibilizar a las empresas canarias sobre las oportunidades de crecimiento y diversificación que ofrece acudir a mercados internacionales, reduciendo la percepción de complejidad e incertidumbre que implica la venta al exterior, a través del asesoramiento y financiación que ofrecen las entidades públicas de promoción exterior presentes en Canarias.

Para la consecución de este objetivo, se plantearon las siguientes líneas u objetivos secundarios:

- Creación de una “ventanilla única” de internacionalización, que centralice en un mismo punto de información todas las ayudas y programas existentes que ofrecen tanto la Cámara de Comercio, ICEX, PROEXCA, entre otros, y que ofrezca un asesoramiento personalizado a la empresa adaptado a sus necesidades.
- Elaboración de un “plan de marketing” lo suficientemente ambicioso para impactar a un número considerable de empresas, profesionales o emprendedores que tenga potencial exportador.
- Organización de acciones directas con empresas a través de la organización de talleres “quita-miedos”, jornadas informativas en coordinación con las instituciones y eventos de networking, que permitan a las empresas mejorar su percepción del riesgo y conocer los

casos de éxito de empresas canarias exportadoras.

Al término de la ejecución del proyecto, el programa informó y captó a un total de 115 empresas y profesionales, que recibieron información a través de jornadas, así como de forma individualizada a través de reuniones con el técnico del proyecto. Se realizaron, además, más jornadas informativas de las inicialmente previstas.



4. Contribuye a la resolución de un problema o debilidad detectada en el ámbito de ejecución.

La internacionalización se configura como una asignatura pendiente para el tejido empresarial del archipiélago canario y una apuesta necesaria para marcar la senda de la economía canaria hacia la diversificación. Por este motivo, el Gobierno de Canarias elabora el informe “Estrategia operativa de internacionalización de la economía canaria” en el año 2017 con el objetivo de conocer las debilidades y fortalezas del tejido empresarial canario para la venta al exterior. En base a las encuestas realizadas, se concluye que las principales barreras a las que se enfrentan las empresas que no se han internacionalizado son las siguientes:

1. Desconocimiento del mercado.
2. Falta de un plan de internacionalización definido.
3. Músculo financiero insuficiente.

4. Falta de apoyo público.

Según este informe, el 71 por ciento de las empresas encuestadas no internacionalizadas desconocen que existen agentes públicos y privados que les pueden ayudar a llevar a cabo este proceso. Los programas de apoyo a la internacionalización (Tutorización Internacional, Canarias Aporta, Ices Next, Xpande, Xpande Digital, EEN) sólo llegan a pocas empresas, ya sea por no cumplir requisitos o porque dichos programas no cuentan con la suficiente cobertura en materia de promoción y publicidad necesaria para llegar a todas las empresas en sus respectivas demarcaciones.

Para dar respuesta a esta necesidad, la Estrategia de internacionalización de la economía canaria plantea la necesidad de contar con un programa de “Evangelización” que tenga por objetivo informar a las empresas con perfil internacional de la existencia de estas ayudas y subvenciones públicos, a través de la constitución de un canal de comunicación directa y centralizado en el cual las empresas puedan realizar sus consultas y preguntas con respecto a todos los programas disponibles de las diversas instituciones de promoción exterior que se encuentran en el Archipiélago. Esta “ventanilla única” de internacionalización no existía hasta el momento, siendo un componente novedoso y no aplicado hasta el momento. Con la inexistencia de esta ventanilla, el empresario o profesional con perfil internacional debía realizar un proceso de investigación y recopilación de información más laborioso, lo que podía conllevar un abandono temprano del proceso.

Asimismo, se plantea que este programa, además de actuar como una ventanilla única de internacionalización, cuente con un plan de publicidad propio y suficientemente ambicioso que permita “evangelizar” a las empresas con potencial exportador y con capacidad para recibir financiación pública, y que no se hayan podido alcanzar con anterioridad al programa. Este plan de publicidad incluyó la creación de una marca del proyecto, con su respectiva identidad visual, canales de comunicación con las empresas, y material divulgativo como cuñas de radio, videos, artículos de prensa, para su inserción en redes sociales, así como medios tradicionales como televisión, radio y prensa digital y escrita.

A continuación, algunos ejemplos de las acciones de divulgación realizadas:

- Guías de programas de internacionalización:



- Videos en formato sketch para su divulgación en redes sociales, con el eslogan “Hacemos el mundo más canario”



<https://www.youtube.com/watch?v=3aoE4fQ69SA>

- Vídeos de casos de éxito de empresas exportadoras canarias:



<https://www.youtube.com/watch?v=7HWfv0LOufs>



<https://www.youtube.com/watch?v=sQIY06-BVmA>

5. Tiene un alto grado de cobertura sobre la población a la que va dirigida.

El programa se dirige principalmente a empresarios, directivos y/o profesionales de cualquier sector, con edades comprendidas entre 30 y 60 años, que tengan un producto o servicio propio con potencial exportador. También se incluye en este público objetivo a emprendedores, que tengan intención de montar un negocio, con el fin de “evangelizarlas” sobre las ventajas de la internacionalización y sobre las ayudas disponibles a las que pueden acceder una vez cuenten con su empresa.

El programa fue accesible para todos los empresarios y emprendedores que solicitaron la información. Así, mediante las vías de contacto establecidas (web, email, redes sociales, contactos en la Cámara de Comercio), se aseguró dar una respuesta a todas las empresas que se contactaron, a través de la persona encargada del programa, bien a través de la realización de reuniones individuales o mediante la invitación a las jornadas informativas celebradas.

6. Consideración de los criterios horizontales de igualdad de oportunidades y no discriminación, así como responsabilidad social y sostenibilidad ambiental.

El servicio que se ha prestado garantizó en todo momento la igualdad de oportunidades entre los individuos, cualquiera que fuera su nacionalidad, sexo, raza u origen étnico, religión o convicciones, movilidad reducida acreditada, edad u orientación sexual y siempre cumpliendo con la normativa vigente de residencia y trabajo en España, por parte de los ciudadanos extranjeros no comunitarios.

7. Sinergias con otras políticas o instrumentos de intervención pública.

Este programa contó con la colaboración de otras Cámaras de Comercio, de la Secretaría de Estado de Comercio del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo del Gobierno de España y de la entidad PROEXCA, dependiente de la Consejería de Turismo del Gobierno de Canarias.

Cumpliendo mejor el papel principal de este programa, que no es más que, un impulso al resto de la actuación política entorno a la internacionalización de las empresas, consiguiendo redirigir la vista al sector exterior con mayor facilidad para las empresas y aumentando la comunicación entre las instituciones pertinentes.

Una manera de hacer Europa

BUENAS PRÁCTICAS
Actuaciones Cofinanciadas

Fondo Europeo de Desarrollo Regional