

## 2. Definición de la Estrategia de Internacionalización de La Rioja





## Visión de la Estrategia

La internacionalización como apuesta de desarrollo regional, que se traduzca en una economía más dinámica y competitiva, y una sociedad más preparada y comprometida con los retos de la globalización.

La Rioja muestra una creciente apertura exterior a través de la proyección internacional de las empresas riojanas. El sector exterior está contribuyendo a la mejora de la competitividad regional y al aprovechamiento de nuevas oportunidades en un mercado global.

Sin embargo, la internacionalización no debe circunscribirse estrictamente a lo económico-empresarial, sino que debe sumar aliados facilitando la incorporación del conjunto de la sociedad y las instituciones riojanas, favoreciendo el surgimiento de mayores sinergias entre los distintos motores de la internacionalización, potenciando una mayor visibilidad de La Rioja en el exterior, y fortaleciendo la imagen de marca tradicionalmente asociada a la calidad de sus productos. El logro de este objetivo exige una **visión integral y holística de la internacionalización de La Rioja**.

A partir de una revisión de la dotación de recursos y capacidades más destacados de que dispone la Comunidad Autónoma, es posible identificar una serie de **aspectos relevantes en la dimensión internacional** de La Rioja, que reflejan las **Bases Estratégicas para la Internacionalización**. Se trata de **sumar esfuerzos** asumidos por la Administración autonómica, las universidades, componentes del patrimonio y los agentes con alta proyección exterior (sistema de innovación, sector turístico, ámbito cultural, instituciones para el fomento de la lengua castellana, cooperación al desarrollo, etc.), así como los vínculos establecidos con los riojanos en el exterior y los nuevos riojanos que se establecen en la Comunidad. Una visión completa del proceso ha de tener en cuenta como **factores transversales** relevantes para asegurar el éxito de la Estrategia de Internacionalización: i) la necesidad de promocionar el bilingüismo y el plurilingüismo en la sociedad riojana, ii) la configuración de un sistema de transportes más integrado y mejor conectado con el exterior, y iii) el necesario desarrollo de la economía digital como proceso de modernización y adaptación competitiva a los retos globales presentes y futuros.

Las reflexiones sobre las Bases Estratégicas para la Internacionalización de La Rioja son, no obstante, susceptibles de ser ampliadas fruto de la interlocución con los agentes regionales clave. En este sentido, cabe destacar también que la **Estrategia de Internacionalización de La Rioja** se corresponde con un conjunto de **acciones seleccionadas de los distintos actores de la región** que se implementarán de manera coordinada en un contexto global, con el objetivo de contribuir a mejorar la posición internacional de La Rioja como factor de desarrollo empresarial, social y personal. Busca incidir en la idea de La Rioja como región abierta, que con sus especificidades sepa aprovechar la creciente globalización económica y social para la creación de nuevas oportunidades de desarrollo.

Sector exterior	Intercambios comerciales de las empresas	INTERNACIONALIZACIÓN DE LA RIOJA
	Atracción de inversión y empresas extranjeras	
Vectores de la internacionalización	Gobierno de La Rioja	
	Universidad	
	Cuna de la lengua / Español	
	Turismo internacional	
	Riojanos en el mundo y nuevos riojanos	
	Cooperación para el desarrollo	
Factores transversales	Promoción el bilingüismo y el plurilingüismo	
	Transportes e integración territorial	
	Desarrollo de la economía digital	

# Más proyección internacional de La Rioja

Con la nueva Estrategia de Internacionalización de La Rioja (EI), se pretende tomar como punto de partida las **actuales fortalezas en cuanto a proyección internacional de la Comunidad Autónoma de forma que sirvan de palanca** para reforzar su imagen exterior, incrementar la integración y aprovechamiento de las sinergias que generan los distintos agentes comprometidos con la expansión internacional y facilitar una visión única y coordinada de la estrategia conjunta dirigida a mejorar el posicionamiento de La Rioja en el mundo.

Se desea un impulso a la proyección internacional de La Rioja que se materialice en los siguientes **objetivos estratégicos**:

## Objetivo 1

**Una coordinación más eficiente de las actuaciones dirigidas a la internacionalización y la mayor proyección exterior de La Rioja**

Una visión integrada y holística de la internacionalización exige la identificación de **actores responsables** en la gestión de la Estrategia de Internacionalización y su seguimiento, con la identificación y **cuantificación de objetivos concretos e indicadores de desempeño que sean monitorizados**, a través de un seguimiento periódico, y sujetos a una **evaluación** para ver el grado de cumplimiento.

Esta necesaria coordinación no sólo se deriva de la transversalidad de la EI sino que también debe aplicarse a las distintas dimensiones de la estrategia. Los agentes involucrados en acciones de internacionalización vienen reclamando mayor integración de las oportunidades de apoyo para facilitar su apertura exterior, y mayor información disponible sobre programas y acciones de su interés.

La mejora de la red de información se convierte en un eje decisivo de la EI. **Las fuentes de información serán claras, preferentemente en formato digital, a las que podrán dirigirse de forma inequívoca los agentes** con margen suficiente para incorporarse en tiempo a las acciones de apoyo disponibles y evitar así la infrutilización de los recursos, tanto públicos como privados, por razones de insuficiencia de información y/o plazo. El objetivo es proporcionar a todos los agentes económicos y sociales **una red de información ágil y conocida, que se adecúe a las necesidades de los distintos sectores** (tanto los tradicionales como los más innovadores y el tercer sector), **y de los distintos perfiles**, especialmente aquellos que cuentan con mayores limitaciones para abrirse al exterior.

Resulta una pieza clave en el objetivo de mejorar la coordinación global y la visibilidad de las acciones emprendidas por la Comunidad Autónoma en materia de internacionalización, el órgano competente en materia de Acción Exterior. Importante asimismo el papel de los responsables de la gestión de fondos estructurales en la región y del fomento de la participación de los agentes riojanos en proyectos, programas e iniciativas con financiación europea: organismo Intermedio de los Programas Operativos FEDER y FSE y la Autoridad de Gestión del Programa de Desarrollo Rural FEADER. También deberán **integrarse en la red para la coordinación de la acción pública para la internacionalización** todas las iniciativas de fondos específicos para la acción exterior, en gran medida procedentes de la UE, y en las que tienen un papel destacado otros departamentos gubernamentales con competencias en desarrollo rural y económico, acción exterior, turismo, etc. Sin embargo, el objetivo de mayor visibilidad de las distintas oportunidades de apoyo público no solo se circunscribe a la disponibilidad de financiación específica, sino también a la cobertura que se **brinda a través de la participación pública en organismos multilaterales y en redes internacionales**.

Las acciones orientadas a la **mejora de la red informativa activa en los procesos de internacionalización** permitirán un mejor conocimiento de las actuaciones desarrolladas por agentes socioeconómicos y de los recursos públicos aplicados a distintos ámbitos internacionales, **como los Centros Riojanos**, que podrán servir de palancas para potenciar la imagen de La Rioja en el exterior, facilitando a su vez la proyección de otros activos internacionales (relaciones comerciales bilaterales, presencia de empresas riojanas, cooperación para el desarrollo, etc.).

Asimismo, la **cooperación internacional<sup>1</sup>** también contribuye a **potenciar la visión de “La Rioja en el mundo” desde una perspectiva integrada**. La difusión del conocimiento de los proyectos de cooperación emprendidos interesa a los ciudadanos riojanos y puede servir de impulso para mejorar la **participación social** (tanto de ciudadanos como de empresas riojanas) en este tipo de proyectos, desde el punto de vista financiero y con su participación activa en

<sup>1</sup> La Rioja es una de las comunidades más activas en materia de Cooperación. Aunque en los últimos ejercicios el presupuesto en política de cooperación ha sufrido un importante retroceso, la Comunidad ha sido pionera en muchos aspectos, como la firma de un Convenio Marco con el Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación para crear un modelo de cooperación descentralizada y de calidad. Asimismo, el Gobierno riojano ha sido especialmente activo firmando convenios de encomienda de gestión con 57 municipios riojanos para favorecer el impulso de nuevos proyectos de cooperación.

los mismos. Asimismo, puede servir para alentar la participación de los empleados públicos en proyectos de estas características y promover su movilidad internacional (intercambios internacionales, desplazamientos temporales como voluntarios, etc.) así como la coordinación de acciones interdepartamentales, especialmente con las áreas sociales. Por todo ello, es preciso mejorar la **visualización de las actuaciones en Cooperación para el Desarrollo** y propiciar **interconexiones con otras dimensiones** de la internacionalización.

## Objetivo 2

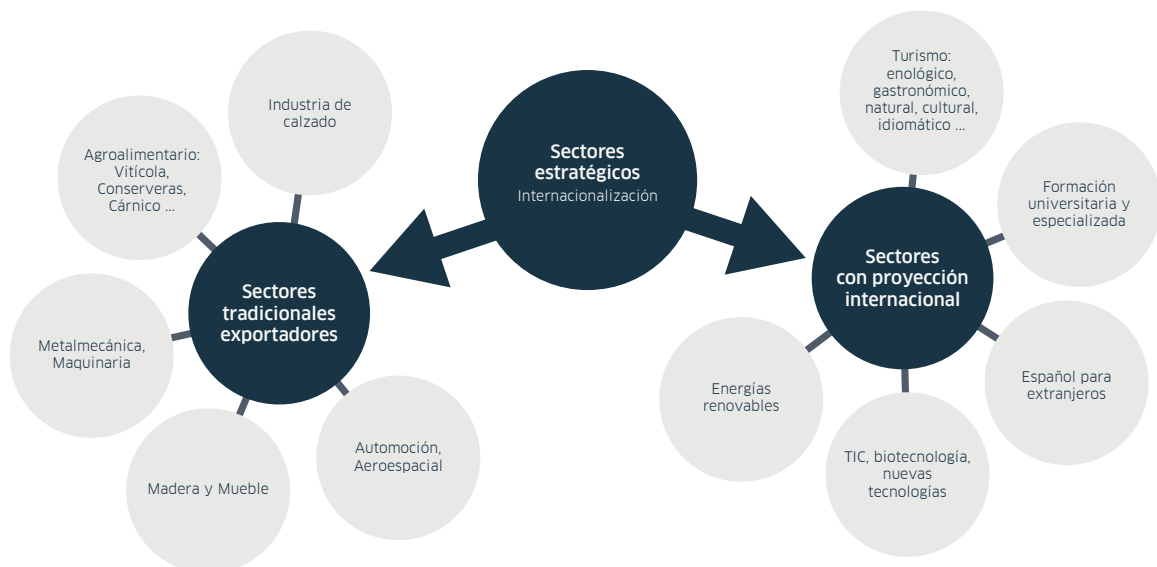
**Un mejor desempeño empresarial que permita reforzar su grado de internacionalización y amplíe las oportunidades de diversificación geográfica y sectorial**

La Rioja registra un fuerte dinamismo de su sector exterior que ha contribuido de forma relevante a su apertura global con un crecimiento de sus exportaciones superior al 60% en la última década. El empuje de las exportaciones la sitúa como tercera comunidad española con mayor tasa de cobertura<sup>2</sup>, aunque el menor peso económico relativo del sector exterior queda reflejado en la reducida tasa de apertura exterior<sup>3</sup>.

La acusada concentración de las exportaciones riojanas, tanto geográfica<sup>4</sup> como por productos<sup>5</sup>, implica una mayor dependencia y vulnerabilidad ante las fluctuaciones de los mercados. Asimismo, el número de empresas exportadoras es limitado y unas pocas concentran el grueso de las exportaciones<sup>6</sup>. Para reducir los riesgos derivados de esta polarización, es preciso explorar nuevos mercados, avanzar en la diversificación, desarrollar nuevos modelos de negocio y ampliar el tejido de empresas exportadoras regulares.

La visión “La Rioja en el mundo” apuesta por **intensificar la diversificación geográfica de las exportaciones hacia mercados de fuera de la Unión Europea y ampliar la cesta de bienes y servicios exportados**. Ello, sin dejar de lado a los **sectores tradicionales**, vinculados al sector agroalimentario, las semimanufacturas y bienes de consumo, que podrán incrementar su cuota exportadora a través de una mayor competitividad internacional, incorporando un mayor componente de **innovación**.

A pesar del limitado peso que en la economía riojana tienen **sectores más innovadores y de mayor incorporación de alta tecnología**, la Estrategia de Internacionalización debe integrar estos sectores e impulsar su protagonismo exterior<sup>7</sup>, así como facilitar también la internacionalización de buena parte del tejido productivo riojano, dominado por las **pequeñas empresas**<sup>8</sup>, con mayores dificultades para abrirse a nuevos mercados.



<sup>2</sup> La tasa de cobertura (porcentaje de exportaciones sobre importaciones) de La Rioja alcanzó en 2017 el 135,8%, situándose 44 puntos por encima de la media española.

<sup>3</sup> Mide el peso del comercio exterior (exportaciones e importaciones) respecto al PIB. En 2017 se situó en el 37,3%, a la cola de las comunidades autónomas españolas y diez puntos por debajo de la media nacional.

<sup>4</sup> El 60% de las exportaciones riojanas se dirigen al Área euro, y el conjunto del mercado europeo capara el 78,5% del total exportado, 8,7 puntos más que la media española.

<sup>5</sup> Los sectores agroalimentario, semimanufacturas y manufacturas de consumo representan el 78,7% del valor total exportado en el periodo 2013-2017, 28,5 puntos más que la media española. Sólo dos productos, el vino y el calzado, concentran el 32,5% de las exportaciones riojanas.

<sup>6</sup> Las 25 primeras (que representan un 1,5% de las empresas exportadoras) acaparan el 44,6% de las exportaciones en 2017 (y las 100 primeras el 72,5%). Sólo un 37,4% (619 empresas) exportan de forma regular (durante los últimos cuatro años consecutivos).

<sup>7</sup> Las exportaciones riojanas de intensidad tecnológica medio-alta y alta representan un 20% del total exportado en 2017, mientras que en conjunto nacional dicho porcentaje asciende al 48%, según datos de la Agencia Tributaria.

<sup>8</sup> Las microempresas (aquellas con menos de 10 empleados) representan el 95% de las empresas activas en La Rioja en 2017, en línea con el promedio nacional (95,6%), de acuerdo con datos del INE.

Para asegurar este objetivo, también debe integrarse en la EI la Estrategia de Especialización Inteligente de La Rioja – RIS3. Ésta apuesta por los sectores empresariales que constituyen los principales tractores de la economía riojana y sus exportaciones (agroalimentario, metalmeccánico, calzado y nuevos materiales, madera y mueble) por lo que deberá potenciarse la interlocución con las agrupaciones empresariales existentes y la integración de sus objetivos en la EI, con objeto de mejorar la coordinación y generar sinergias a través de su experiencia.

## Objetivo 3

**Una atracción de inversión productiva y empresas extranjeras mediante una mayor relación de actividad con las pymes riojanas**

Una visión integrada de la internacionalización de La Rioja exige potenciar la atracción de inversión extranjera directa de alto valor añadido en la Comunidad Autónoma, teniendo en cuenta su efecto en la mejora de la empleabilidad en la región, su contribución al crecimiento económico y al posicionamiento internacional, así como en términos de acceso a conocimiento y a otros recursos externos. Hasta el momento, la captación de inversión extranjera ha sido reducida y limitada, tanto a nivel sectorial como en cuanto a la procedencia y foco del capital inversor (más orientada a la adquisición de participaciones en capital de empresas ya existentes)<sup>9</sup>.

La ampliación de los flujos de inversión hacia La Rioja pasa por el despliegue de acciones que reviertan en un potente efecto llamada. Entre las principales acciones a desplegar con este objetivo, destacaría la conveniencia de **reforzar la comunicación realizada a través de “Invest in La Rioja”**, como escaparate al mundo de las fortalezas y elementos atractivos para la inversión en la región. La Rioja ha sido calificada por el Doing Business 2015 como la comunidad autónoma en la que es más fácil hacer negocios<sup>10</sup>. **Conviene garantizar que el entorno de negocios riojano, en todas sus dimensiones, ofrece unas condiciones adecuadas para el desarrollo de actividades que refuercen la competitividad regional.**

Este objetivo está además conectado con otras dimensiones de la internacionalización, como la necesidad de mejorar las capacidades de la mano de obra riojana a través de la mejora de sus habilidades lingüísticas (potenciación del bilingüismo, plurilingüismo, etc.), así como fomentar su inclinación hacia la movilidad internacional. Las conexiones de las diversas dimensiones de la internacionalización exigen un nuevo despliegue de acciones y coordinación de las ya existentes desde la esfera pública.

## Objetivo 4

**El fomento permanente de la vocación internacional de las universidades riojanas que incremente su capacidad de atracción de talento y potencie la capacitación del capital humano**

Las **universidades riojanas**, Universidad de La Rioja (UR) y la Universidad Internacional de La Rioja (UNIR), son **agentes activos en la apertura exterior regional**, tanto por la promoción de la movilidad de la comunidad universitaria, así como por su integración en redes y por el desarrollo de proyectos de investigación de ámbito internacional.

La **vocación internacional** de ambas universidades, que participan activamente en redes y proyectos de investigación, debe seguir fomentándose para mejorar su reconocimiento exterior y atraer talento. El fomento de la docencia en idiomas, la capacitación en materia de habilidades vinculadas al desarrollo de actividades con proyección internacional de toda la comunidad universitaria y el establecimiento de alianzas internacionales son factores clave para posibilitar este mejor posicionamiento. Hasta el momento, los **principales atractivos**, desde el punto de vista de la internacionalización, vienen dados por las **titulaciones propias** de enología y de estudios hispánicos, que enlazan con ámbitos clave: la apertura exterior del sector agroalimentario riojano y la referencia de la Comunidad como cuna de la lengua y su contribución a la enseñanza del español.

El papel de las comunidades universitarias va a resultar clave en la disponibilidad de una mano de obra altamente cualificada y competitiva a nivel internacional, la generación de focos de atracción de talento, y la generación de acciones con importantes sinergias en las distintas dimensiones de la internacionalización.

<sup>9</sup> La inversión extranjera directa (IED) en La Rioja durante el periodo 2007-2016 ascendió a 167,2 millones de euros (inversión bruta en operaciones no “etve” de tenencia de valores), lo que representa en torno al 0,21% del PIB, por debajo del promedio nacional (1,82%). Un 36% de dicha inversión se ha destinado a actividades de programación, consultoría y otras relacionadas, y otro 24% a la industria de alimentación.

<sup>10</sup> Resultado de la medición de las condiciones que ofrece la capital. Logroño, en cuanto a apertura de empresas, permisos de construcción, obtención de electricidad y registro de propiedades.

## Objetivo 5

**Un mayor aprovechamiento del potencial de La Rioja como cuna de la lengua castellana para la investigación, el intercambio y la enseñanza**

El enclave riojano constituido por los **Monasterios de Suso y Yuso en San Millán de La Cogolla** constituyen un referente clave en la historia del castellano, habiéndose encontrado el primer documento escrito en castellano y constituyendo un conjunto arquitectónico reconocido por la Unesco como Patrimonio de la Humanidad. La creación en 2005 del Centro Internacional de Investigación de la Lengua Española (**Cilengua**), en el seno de la Fundación de San Millán, consolida a La Rioja como referencia en la enseñanza del español en el mundo. Este potencial se refuerza con la disponibilidad, gracias a la UR, de uno de los mayores portales bibliográficos del mundo **Dialnet**, la mayor hemeroteca de artículos científicos hispanos en Internet.

Esta indiscutible fortaleza de la Comunidad riojana como referente en la enseñanza del español debe ser potenciada en la Estrategia de Internacionalización por sus sinergias con sectores con elevado potencial: las actividades vinculadas a la enseñanza del español a extranjeros y el sector turístico, en particular el idiomático. En este ámbito, las sinergias pueden multiplicarse gracias a la acción coordinada de los distintos agentes con competencias en la materia (Cilengua, Universidades, Dialnet, Instituto Cervantes, centros de formación de español, etc.) revirtiendo sin duda en una mayor proyección internacional.

## Objetivo 6

**Un fortalecimiento de la imagen de marca La Rioja asociada a productos de calidad y la consolidación de su posicionamiento internacional como punto de interés enoturístico**

La apertura exterior de La Rioja, especialmente focalizada en el vino y la industria agroalimentaria, la sitúa en una posición extremadamente favorable para: obtener mayores réditos de una imagen exterior que se asocia tradicionalmente a la **calidad de sus productos** y para planificar acciones dirigidas a incluir nuevos sectores y actividades que podrían beneficiarse de este **buen posicionamiento**. Fortalecer el maridaje entre las actividades agroalimentaria, turística y de servicios conexos, que dé asimismo cabida a otros sectores complementarios en cuanto a la posibilidad de desarrollar estrategias de internacionalización conjuntas (consorcios) sería positivo. En este sentido, también conviene poner en valor los aprendizajes internacionales y el talante cooperativo, a través de casos de éxito empresariales que permitan visibilizarlo y que hayan proyectado una buena imagen de La Rioja en el exterior.

Además, con este favorable punto de partida, y teniendo en cuenta el atractivo que la Comunidad genera en el **sector del enoturismo y del turismo gastronómico** en el ámbito nacional, las acciones conjuntas de los principales actores en materia de internacionalización deberán coadyuvar en su conversión en referente a nivel mundial. Debe tenerse en cuenta que desde de 2014 hasta 2017 -ejercicio en el que se estanca- se ha producido un importante despegue de los viajeros internacionales en La Rioja. El fuerte impulso del turismo cultural y urbano en España, y Madrid en especial, puede suponer una oportunidad para situar a La Rioja como destino ideal entre Madrid y Barcelona, y elevar de nuevo las ratios de crecimiento del turismo internacional.

## Tres grandes ejes

La concreción de la visión y los objetivos estratégicos se articula en Tres Ejes, que a su vez integran diversas posibilidades de acción. En siguiente esquema se relacionan los objetivos de la Visión con los Ejes estratégicos.

“La Rioja en el mundo”, la internacionalización como apuesta de desarrollo regional, que se traduzca en una economía más dinámica y competitiva, y una sociedad más preparada y comprometida con los retos de la globalización

Objetivos	Ejes
<b>Objetivo 1</b> Una coordinación más eficiente de las actuaciones dirigidas a la internacionalización y la mayor proyección exterior de La Rioja	<b>Eje 1</b> Coordinación de la política de internacionalización y fomento de las alianzas estratégicas
<b>Objetivo 2</b> Una mayor apertura empresarial riojana que permita mejorar su actual ratio comercial y amplíe las oportunidades de diversificación geográfica y sectorial	<b>Eje 2</b> Mayor apertura exterior de las empresas y atracción de inversiones
<b>Objetivo 3</b> Una atracción de inversión productiva y empresas extranjeras mediante una mayor relación de actividad con las pymes riojanas	
<b>Objetivo 4</b> El fomento permanente de la vocación internacional de las universidades riojanas que incremente su capacidad de atracción de talento y potencia de captación del capital humano en habilidades internacionales	<b>Eje 3</b> Vectores adicionales de fomento de la internacionalización
<b>Objetivo 5</b> Un mayor aprovechamiento del potencial de La Rioja como cuna de la lengua castellana para la investigación, el intercambio y la enseñanza	
<b>Objetivo 6</b> Un fortalecimiento de la imagen de marca La Rioja asociada a productos de calidad y la consolidación de su posicionamiento internacional como punto de interés enoturístico	



# 3. Presentación de la Estrategia de Internacionalización





# Presentación de la Estrategia Internacional

El Estrategia de Internacionalización de La Rioja descansa en la estructura definida en la Visión Estratégica, además de tener en cuenta las aportaciones de los distintos agentes riojanos, con competencias en los diferentes ámbitos de internacionalización e involucrados en el proceso participativo.

Por ello, el Plan de Acción se diseña a partir de los 3 grandes ejes y busca la consecución de los 6 objetivos estratégicos. La contribución de los agentes riojanos durante el proceso participativo ha sido esencial para la definición de 12 líneas de acción, en las que se articulan 30 acciones.

Ejes	Objetivos	Líneas de acción
<b>Eje 1</b> Coordinación de la política de internacionalización y fomento de las alianzas estratégicas	<b>Objetivo 1</b> Lograr una coordinación más eficiente de las actuaciones dirigidas a la internacionalización y la mayor proyección exterior de La Rioja, alineada con los ods y la agenda 2030	<b>Línea 1.1</b> Configuración de estructuras coordinadas de difusión de la información, conocimiento y cultura internacional.
		<b>Línea 1.2</b> Impulso de la acción exterior del gobierno de La Rioja, alineada con los ODS de la agenda 2030. Promoción de una presencia reforzada en europa, proyección socioeconómica de la cooperación para el desarrollo e integración de la comunidad riojana en el exterior..
<b>Eje 2</b> Mayor apertura exterior de las empresas y atracción de inversiones	<b>Objetivo 2</b> Mejorar el desempeño empresarial para reforzar su grado de internacionalización y ampliar las oportunidades de diversificación geográfica y sectorial	<b>Línea 2.1</b> Sensibilización, capacitación y asesoramiento técnico a las empresas, sobre todo de pequeña dimensión, en habilidades internacionales.
		<b>Línea 2.2</b> Fomento de la promoción comercial exterior de La Rioja.
		<b>Línea 2.3</b> Asesoramiento técnico especializado y fomento de alianzas estratégicas para la internacionalización de las empresas y el impulso de la participación en proyectos innovadores internacionales.
	<b>Objetivo 3</b> Incrementar la atracción de inversión productiva y empresas extranjeras mediante una mayor relación de actividad con las pymes riojanas	<b>Línea 3.1</b> Planificación estratégica y generación de soportes para la difusión de las ventajas e incentivos de La Rioja para la atracción de inversión extranjera directa.

Ejes	Objetivos	Líneas de acción
<b>Eje 3</b> Vectores adicionales de fomento de la internacionalización	<b>Objetivo 4</b> Fomentar permanentemente la capacidad de atracción de talento y la capacitación del capital humano con una visión internacional, desde las universidades, centros de formación y centros de investigación riojanos	<b>Línea 4.1</b> Impulso al desarrollo y retorno del talento, así como la movilidad internacional.
		<b>Línea 4.2</b> Fomento del aprendizaje de idiomas.
	<b>Objetivo 5</b> Aumentar el aprovechamiento del potencial de La Rioja como cuna de la lengua castellana para la investigación, la enseñanza y el turismo	<b>Línea 5.1</b> Desarrollo de un sector de enseñanza de español para extranjeros y el turismo idiomático en La Rioja aprovechando la marca de “cuna de la lengua castellana”.
		<b>Línea 5.2</b> Apoyo a los centros de excelencia relacionados con la lengua castellana
	<b>Objetivo 6</b> Fortalecer la imagen de marca La Rioja asociada a productos de calidad y la consolidación de su posicionamiento internacional como punto de interés enoturístico	<b>Línea 6.1</b> Concreción y desarrollo de la marca La Rioja, apoyada en intangibles.
		<b>Línea 6.2</b> Refuerzo de las palancas de proyección internacional de La Rioja.

A continuación se recoge la propuesta de 30 acciones estructuradas a partir de la secuencia de ejes y objetivos estratégicos. Se han identificado 10 de ellas para implementarse con carácter prioritario (\*) y la puesta en marcha del resto se prevé a medio/largo plazo. Asimismo, se determina el/los agentes<sup>11</sup> que ejercerán un rol de liderazgo en su consecución, lo que también ayudará a configurar el sistema de gobernanza del Plan.

<sup>11</sup> En el caso de agentes públicos se muestran como [ámbito de competencia] en vez de utilizar la denominación actual del órgano / entidad específica, ya que podría verse alterada a lo largo del tiempo.

<b>Objetivo 1</b>	<b>Lograr una coordinación más eficiente de las actuaciones dirigidas a la internacionalización y la mayor proyección exterior de La Rioja, alineada con los ods y la agenda 2030.</b>	
<b>Línea 1.1</b>	<b>Configuración de estructuras coordinadas de difusión de la información, conocimiento y cultura internacional.</b>	<b>Liderazgo</b>
<b>Acción 1.1.1 *</b>	Desarrollo de una plataforma digital para la Internacionalización de La Rioja, "La Rioja Internacional" que aglutine todos los elementos y agentes riojanos de la Estrategia de Internacionalización.	[Acción Exterior]
<b>Acción 1.1.2</b>	Fomento de la colaboración empresarial e institucional: desarrollo de iniciativas conjuntas de entidades riojanas en proyectos internacionales (explotación de relaciones entre Clústeres y Centros Tecnológicos; sinergias intersectoriales, etc.)	FER
<b>Línea 1.2</b>	<b>Impulso de la acción exterior del gobierno de La Rioja, alineada con los ods de la agenda 2030. Promoción de una presencia reforzada en Europa, proyección socioeconómica de la cooperación para el desarrollo e integración de la comunidad riojana en el exterior.</b>	<b>Liderazgo</b>
<b>Acción 1.2.1 *</b>	Creación de una Oficina para la captación de fondos europeos - "Europa en La Rioja"- fomentando la participación de la iniciativa riojana en proyectos europeos.	[Acción Exterior]
<b>Acción 1.2.2 *</b>	Fomento del binomio ONG - empresa riojana para una cooperación al Desarrollo eficaz de "Compromiso Exterior", a través de experiencias piloto conjuntas.	CONGDCAR
<b>Acción 1.2.3</b>	Impulso de las capacidades de los Centros Riojanos en el exterior como nexos con agentes locales clave para las entidades riojanas con intereses en los países en los que están presentes. Difusión de su actuación profesional <sup>12</sup> .	[Acción Exterior]

<sup>12</sup> Dotación de capacidades a los Centros de tal forma que ayuden a reforzar los vínculos de segundas y terceras generaciones de riojanos en el exterior.

<b>Objetivo 2</b>	<b>Mejorar el desempeño empresarial para reforzar grado de internacionalización y ampliar las oportunidades de diversificación geográfica y sectorial.</b>	
<b>Línea 2.1</b>	<b>Sensibilización, capacitación y asesoramiento técnico a las empresas, sobre todo de pequeña dimensión, en habilidades internacionales.</b>	<b>Liderazgo</b>
<b>Acción 2.1.1 *</b>	Creación de una plataforma de información de interés para la apertura exterior de las empresas, "Emprende Global", que promueva la cultura de internacionalización, la digitalización y la generación de información estratégica.	[Internacionalización empresarial] ADER + FER
<b>Acción 2.1.2</b>	Refuerzo de la incorporación y uso de nuevas tecnologías y de los canales digitales para apoyar la internacionalización de las empresas. Además de ampliar el grado de internacionalización de sectores intensivos en tecnología.	[Internacionalización empresarial] ADER + [Agenda digital]
<b>Acción 2.1.3</b>	Formación práctica y especializada en materia de internacionalización, en distintos formatos y temáticas (profesionales de comercio exterior, comercio triangular, patentes y marcas, gestión de riesgos, etc.).	[Internacionalización empresarial] ADER + Cámara + FER
<b>Acción 2.1.4</b>	Acompañamiento a las empresas, principalmente en sus primeras etapas del proceso de internacionalización, potenciando el "Plan Fortfait Exportador" y agilizando el sistema de financiación.	Cámara + FER
<b>Línea 2.2</b>	<b>Fomento de la promoción comercial exterior de La Rioja.</b>	<b>Liderazgo</b>
<b>Acción 2.2.1 *</b>	Ordenación y especialización de los servicios e iniciativas de apoyo a la promoción exterior de las empresas riojanas, "La Rioja Exporta", que incida en la coordinación y mayor eficacia en la promoción exterior, la diplomacia comercial y la proactividad en redes o plataformas de promoción exterior.	[Internacionalización empresarial] ADER + FER
<b>Línea 2.3</b>	<b>Asesoramiento técnico especializado y fomento de alianzas estratégicas para la internacionalización de empresas y el impulso de la participación en proyectos innovadores internacionales.</b>	<b>Liderazgo</b>
<b>Acción 2.3.1 *</b>	Propiciar nuevas fórmulas de consorcios o alianzas empresariales, "Alianzas para Exportar", centradas en solventar demandas técnicas específicas, la negociación con clientes y proveedores comunes y las estrategias selectivas de exportación compartida.	[Internacionalización empresarial] ADER + Cámara
<b>Acción 2.3.2</b>	Redefinición de las ayudas del órgano competente en materia de apoyo a la Internacionalización empresarial al crecimiento de las empresas condicionadas a la adquisición de dimensión exportadora.	[Internacionalización empresarial] ADER
<b>Acción 2.3.3</b>	Apoyar la identificación de socios y contactos internacionales de calidad, para impulsar relaciones comerciales estables	[Internacionalización empresarial] ADER+ FER + Cámara

Objetivo 3	Incrementar la atracción de inversión productiva y empresas extranjeras mediante una mayor relación de actividad con las pymes riojana	
Línea 3.1	Planificación estratégica y generación de soportes para la difusión de las ventajas e incentivos de La Rioja para la atracción de inversión extranjera directa.	Liderazgo
Acción 3.1.1 *	<p>Creación de un portal web “Invest In La Rioja” que promueva la atracción de inversión extranjera directa “avanzada”, y ponga en valor las ventajas comparativas estratégicas de la región.</p> <p><i>Representa una herramienta clave del plan de acción para la atracción de inversiones (Acción 3.1.2)</i></p>	[Atracción de inversiones] ADER + FER
Acción 3.1.2	Elaboración de un plan de acción detallado, con doble enfoque: desarrollo de nuevas inversiones de empresas ya implantadas en La Rioja y atracción de nuevos proyectos de inversión extranjera.	[Atracción de inversiones] ADER + FER
Acción 3.1.3	Concreción de proyectos de sectores estratégicos para la captación de inversiones. Entre otros, uno de los nichos con mayor potencial de crecimiento es el sector auxiliar de automoción (La Rioja tiene una posición central de encrucijada entre algunos de los polos de automoción más destacados del país).	[Atracción de inversiones] ADER + FER

Objetivo 4	Fomentar permanentemente la capacidad de atracción de talento y la capacitación del capital humano con una visión internacional, desde las universidades, centros de formación y centros de investigación riojanos.	
Línea 4.1	Impulso al desarrollo y retorno del talento, así como la movilidad internacional.	Liderazgo
Acción 4.1.1 *	Refuerzo de los programas destinados a la retención y retorno del talento, promoviendo esquemas de colaboración público - privados, adaptados a las necesidades de investigadores, jóvenes profesionales y del tejido empresarial riojano. “Talento La Rioja Global”.	UR + FER
Línea 4.2	Fomento del aprendizaje de idiomas.	Liderazgo
Acción 4.2.1	Sensibilización de la sociedad riojana sobre la importancia del conocimiento de idiomas (bilingüismo, plurilingüismo), como vía de empleabilidad y acceso a oportunidades profesionales. Mayor difusión de programas e iniciativas que favorecen el aprendizaje de idiomas (incluyendo becas de estudio, intercambios, prácticas en el extranjero, etc.), de cara a incrementar el número de beneficiarios (estudiantes y profesionales riojanos).	[Educación]
Acción 4.2.2	Impulso de programas de intercambio bilingüe en el entorno universitario y en colaboración con otros agentes riojanos. Desarrollo de iniciativas lúdico - educativas con la comunidad de estudiantes extranjeros, dirigidas a promover el aprendizaje de idiomas (principalmente inglés) y hacer frente a las carencias en competencias idiomáticas.	UR

Objetivo 5	Aumentar el aprovechamiento del potencial de La Rioja como cuna de la lengua castellana para la investigación, la enseñanza y el turismo	
Línea 5.1	Desarrollo de un sector de enseñanza de español para extranjeros y el turismo idiomático en La Rioja aprovechando la marca de “cuna de la lengua castellana”.	Liderazgo
Acción 5.1.1 *	Impulso del turismo idiomático y la Enseñanza del Español para Extranjeros (ELE), “paquetizando” cursos de español de corta duración acompañados de otros atractivos culturales de La Rioja. “Viaje a la Cuna del Castellano”.	[Turismo] + [Educación]
Acción 5.1.2	Refuerzo de la oferta formativa del español como lengua extranjera y de la lengua y cultura hispánicas, con la posibilidad de establecer acuerdos con universidades extranjeras para emisión de dobles titulaciones. Difusión o promoción de dicha oferta utilizando la “cuna de la lengua”.	UR
Acción 5.1.3	Impulso al desarrollo del sector del español (ELE), complementando la oferta formativa del español como lengua extranjera con bienes y servicios ofrecidos por empresas e instituciones del sector.	UR
Acción 5.1.4	Impulso de una mayor cohesión entre los agentes dedicados a promover el español, involucrando a la iniciativa pública y privada (tanto desde el punto de vista investigador, educativo, turístico, entre otras áreas). <i>Gestionada a través de la plataforma digital (Objetivo 1)</i>	Cilengua
Línea 5.2	Apoyo a los centros de excelencia relacionados con la lengua castellana.	Liderazgo
Acción 5.2.1	Fomento de la participación de Cilengua en proyectos internacionales vinculados a la investigación del español, para reforzar la actividad investigadora en este ámbito en La Rioja y aprovechar un mayor acceso a recursos europeos e internacionales (incluyendo la atracción de investigadores de prestigio), así como reforzar su posicionamiento.	Cilengua
Acción 5.2.2	Apoyo a la proyección de Dialnet: reforzar la presencia en los mercados más destacados y la promoción de los productos especializados.	Dialnet



Objetivo 6	Fortalecer la imagen de Marca La Rioja asociada a productos de calidad y la consolidación de su posicionamiento internacional como punto de interés enoturístico	
Línea 6.1	Concreción y desarrollo de la Marca La Rioja, apoyada en intangibles.	Liderazgo
Acción 6.1.1 *	Potenciación de la proyección internacional de la Marca La Rioja asociada al tetranomio "Vino + Gastronomía + Paisaje + Cultura" <sup>13</sup> . Sinergias entre la viticultura, productos agroalimentarios y figuras de calidad, gastronomía, paisaje y patrimonio cultural, que confluyen en la estrategia de Marca regional.	[Turismo] + [Ámbito Rural]
Línea 6.2	Refuerzo de las palancas de proyección internacional de La Rioja.	Liderazgo
Acción 6.2.1	Potenciación del sector turístico e integración en redes turísticas internacionales e interregionales.	[Turismo]
Acción 6.2.2	Iniciativas conjuntas con otras comunidades autónomas próximas para la potenciación de redes y servicios de transporte integrados (conexión aeroportuaria a través de servicios lanzadera).	[Transportes] + [Turismo]
Acción 6.2.3	Desarrollo de iniciativas de formación en habilidades internacionales de interés para el sector turístico (idiomas, nuevas tecnologías, etc.), que mejore la proyección internacional de las pymes y emprendedores turísticos.	[Turismo]
Acción 6.2.4	Especialización en productos turísticos internacionales de alto valor añadido (festival del vino, enoturismo <sup>14</sup> , turismo gastronómico, turismo MICE <sup>15</sup> , etc.).	[Turismo]

<sup>13</sup> Un tetranomio forma un "cubo perfecto".

<sup>14</sup> La venta directa a extranjeros y actividades turísticas es un canal con grandes posibilidades de desarrollo.

<sup>15</sup> Turismo MICE: viajes de negocios, congresos, convenciones, y eventos.

