

ANEXO. INFORME DE ANÁLISIS Y CONCLUSIONES

Proceso participativo del Plan Estratégico de
internacionalización y captación de inversiones de
Castilla-La Mancha 2026-2030

Fase de retorno

Fecha: 7 de octubre de 2026



Resumen ejecutivo

El proceso participativo ha permitido recoger valoraciones y propuestas sobre las prioridades que deberían orientar el Plan Estratégico de internacionalización y captación de inversiones de Castilla-La Mancha 2026-2030. El análisis integra todas las respuestas válidas disponibles, incluidas las procedentes de cuestionarios parcialmente cumplimentados, y distingue entre registros iniciados, participación efectiva por bloques y cuestionarios completos.

Lectura responsable de la participación:

La plataforma contabilizó 202 registros iniciados. De ellos, 58 alcanzaron el bloque de perfil, 51 el bloque de valoración, 36 el bloque de propuestas y 35 finalizaron el cuestionario. Por tanto, los resultados se presentan siempre con la base efectiva de cada pregunta.

Los resultados muestran una orientación clara hacia el apoyo a las pymes, el acompañamiento práctico para acceder y permanecer en los mercados exteriores, el desarrollo de talento especializado y el posicionamiento de Castilla-La Mancha como destino de inversión. También existe una percepción ampliamente favorable sobre la contribución potencial de la estrategia al empleo, al desarrollo rural y a la reducción de la despoblación.

Principales conclusiones

- Las pymes son el destinatario prioritario del apoyo para el 68,8 % de quienes respondieron a esta cuestión.
- Las misiones comerciales, ferias y acciones de promoción en destino constituyen el apoyo más demandado, con un 63,9 % de menciones.
- El desarrollo y la atracción de talento especializado encabezan los objetivos de internacionalización, con un 27,8 % de las respuestas válidas.
- El fortalecimiento del posicionamiento de Castilla-La Mancha como destino de inversión es la principal prioridad en captación de inversiones, con un 50,0 %.
- El 87,9 % de las respuestas válidas considera que la estrategia puede contribuir a reducir la despoblación rural.
- Las aportaciones abiertas reclaman acompañamiento integral, simplificación administrativa, promoción estable, mejor información territorial y evaluación basada en resultados.



1. Objeto y alcance del informe

Este informe presenta el análisis de los resultados obtenidos en el cuestionario habilitado durante el proceso participativo del Plan Estratégico de internacionalización y captación de inversiones de Castilla-La Mancha 2026-2030. Su finalidad es facilitar el retorno a las personas y entidades participantes y ofrecer al órgano promotor una síntesis ordenada de las prioridades, necesidades y propuestas expresadas.

El documento tiene carácter descriptivo. Los resultados reflejan las opiniones de las personas y entidades que decidieron participar y no constituyen una estimación estadísticamente representativa del conjunto del tejido empresarial ni de la población de Castilla-La Mancha.

2. Metodología

2.1. Criterio de análisis

Se han utilizado conjuntamente los archivos de estadísticas correspondientes al total de registros y a los cuestionarios completos. El archivo de todas las respuestas constituye la fuente principal, ya que permite aprovechar la información aportada en cuestionarios parcialmente cumplimentados. El archivo de cuestionarios completos se ha empleado como referencia de contraste.

Para cada pregunta se contabilizan las respuestas efectivamente emitidas. En las preguntas de respuesta única, los porcentajes principales se calculan sobre respuestas válidas, excluyendo la categoría «Sin respuesta». En la pregunta de selección múltiple relativa a los apoyos más útiles, el porcentaje se calcula sobre las 36 personas que alcanzaron el bloque, por lo que la suma puede superar el 100 %.

2.2. Tratamiento de las preguntas abiertas

Las respuestas abiertas se han revisado y agrupado mediante una codificación temática orientativa. Una misma aportación puede relacionarse con más de una categoría. La síntesis identifica tendencias comunes sin sustituir la lectura íntegra de las propuestas formuladas.

2.3. Limitaciones

- Muestra autoseleccionada y de tamaño reducido.
- Abandono elevado antes de llegar al primer bloque sustantivo.
- Concentración territorial de las respuestas en Toledo y en entidades de ámbito regional.
- Resultados descriptivos, no extrapolables al conjunto de empresas o población de la región.
- Las categorías cualitativas pueden solaparse y deben interpretarse como una herramienta de síntesis.



3. Participación registrada

La encuesta contabilizó 202 registros iniciados. Sin embargo, el número de registros con contenido sustantivo es inferior: 58 personas respondieron al menos a alguna cuestión del bloque de perfil, 51 alcanzaron el bloque de valoración y 36 llegaron al bloque de propuestas. Finalmente, 35 cuestionarios fueron completados.

Flujo de participación

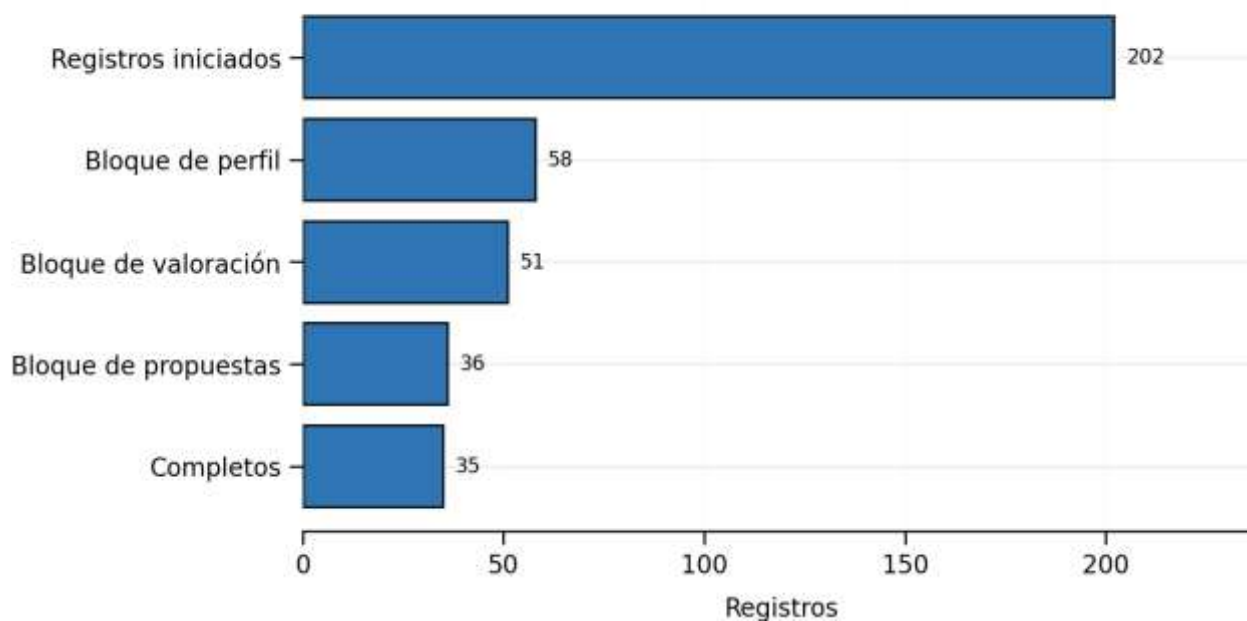


Figura 1. Flujo de participación a lo largo del cuestionario. Fuente: elaboración propia a partir de las estadísticas del proceso.

Interpretación

La pérdida principal se produce antes o durante el bloque inicial. Una vez alcanzado el bloque de propuestas, la continuidad es muy elevada: 35 de las 36 personas que llegaron a ese punto finalizaron el cuestionario.

4. Perfil de la participación

4.1. Tipo de entidad

Entre las 41 respuestas válidas sobre tipo de entidad destaca la presencia de empresas sin participación extranjera en el capital, con 11 respuestas (26,8 %). Les siguen los agentes de apoyo a la internacionalización, con 8 respuestas (19,5 %), y las asociaciones empresariales, cámaras de comercio y otras entidades, con 6 respuestas en cada categoría (14,6 %).



Tipo de entidad

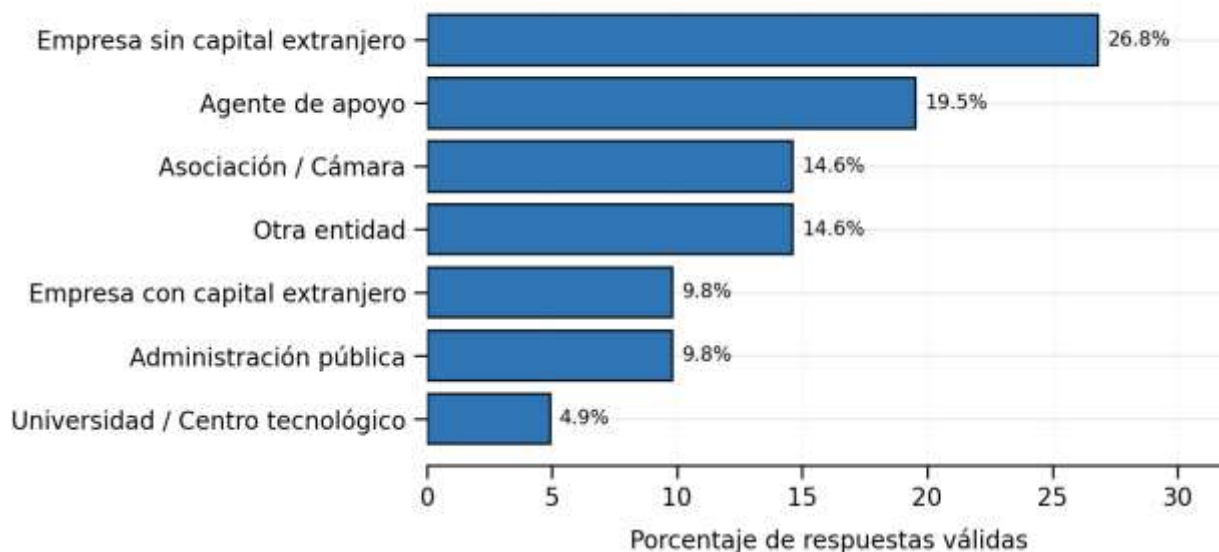


Figura 2. Distribución de la participación por tipo de entidad. Base: 41 respuestas válidas.

4.2. Distribución territorial

La participación presenta una concentración relevante en Toledo y en entidades de ámbito regional. De las 41 respuestas válidas, 18 corresponden a Toledo (43,9 %) y 14 al ámbito regional (34,1 %). Ciudad Real aporta cuatro respuestas, Albacete tres, y Cuenca y Guadalajara una en cada caso.

Distribución territorial

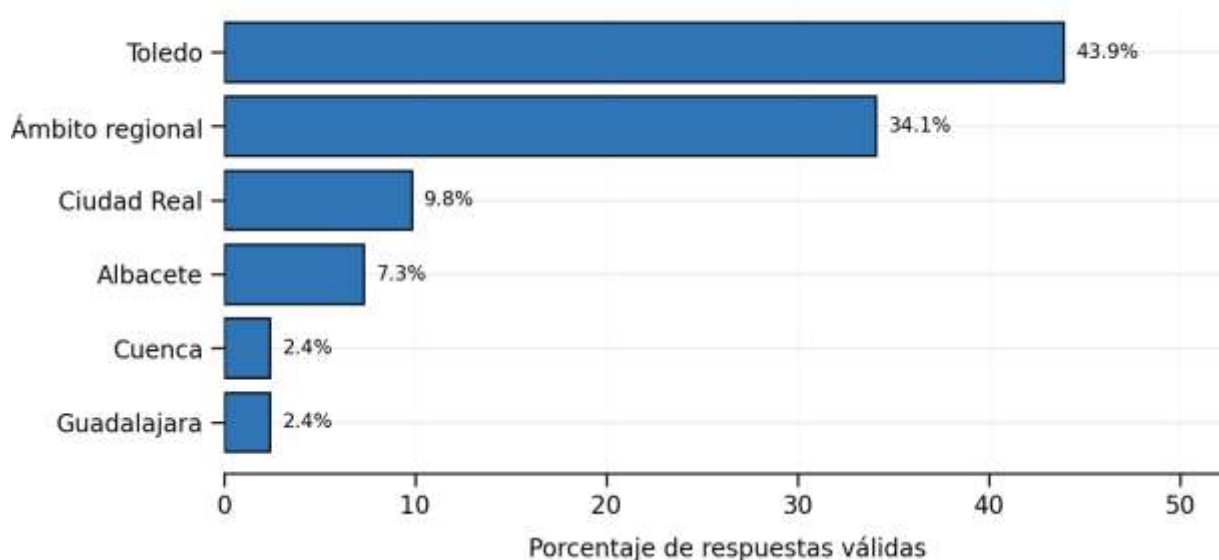


Figura 3. Distribución territorial de la participación. Base: 41 respuestas válidas.



4.3. Experiencia en internacionalización

El perfil combina participantes con alta experiencia y personas sin experiencia previa. De las 41 respuestas válidas, 20 declaran una presencia estable en mercados exteriores (48,8 %), mientras que 14 indican no tener ninguna experiencia (34,1 %). Las seis respuestas de experiencia media representan el 14,6 %, y una respuesta corresponde a una experiencia inicial.



Figura 4. Grado de experiencia en internacionalización. Base: 41 respuestas válidas.

Lectura del perfil:

La combinación de agentes experimentados y participantes sin trayectoria internacional aporta perspectivas distintas, aunque la concentración territorial aconseja prudencia al interpretar los resultados por provincias.

5. Conocimiento previo de la estrategia y de las ayudas

El conocimiento de los instrumentos existentes es desigual. Las ayudas a la internacionalización son el recurso más conocido: 25 de las 35 personas que respondieron a esta pregunta afirman conocerlas (71,4 %). Sin embargo, solo 16 de 35 conocen las ayudas dirigidas a empresas de capital extranjero que desean implantarse en Castilla-La Mancha (45,7 %).

La estrategia correspondiente al periodo 2021-2025 presenta un nivel de conocimiento menor: 14 de 34 respuestas válidas indican conocerla (41,2 %), frente a 20 que no la conocían (58,8 %).



Conocimiento previo de instrumentos

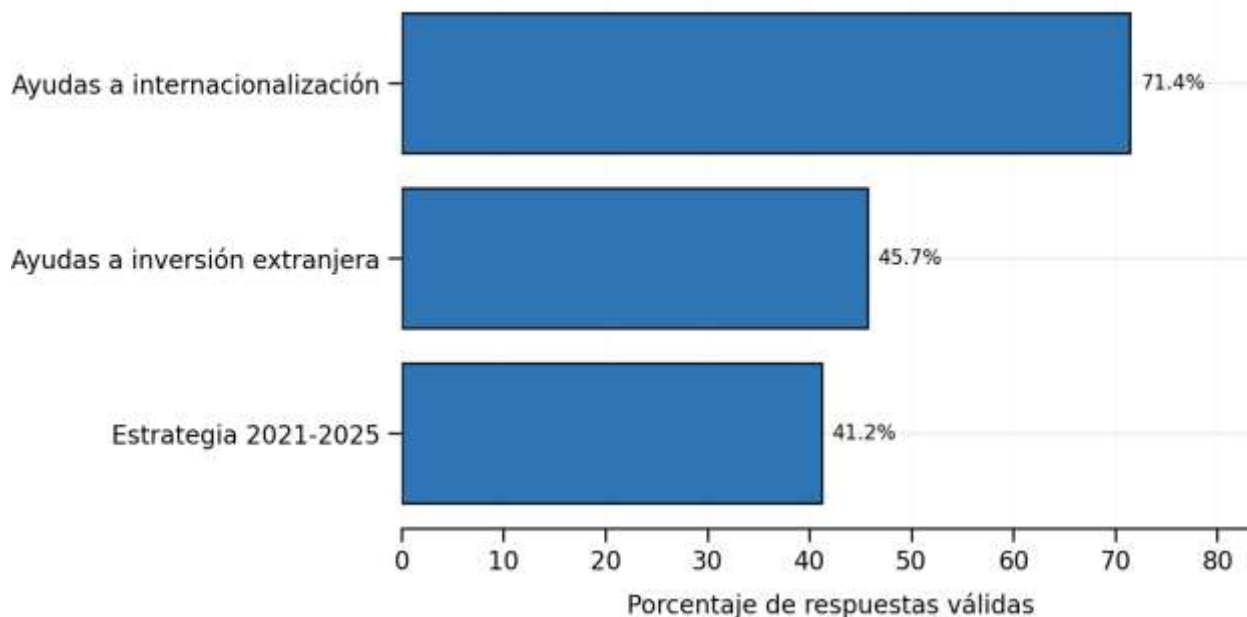


Figura 5. Conocimiento previo de la estrategia y los principales instrumentos de apoyo. Porcentaje sobre respuestas válidas.

Estos datos aconsejan reforzar la difusión no solo de las líneas de ayuda, sino también del marco estratégico que las integra, sus objetivos y los resultados alcanzados. La comunicación de los instrumentos vinculados a la captación de inversión extranjera requiere una atención específica.

6. Prioridades para la internacionalización

6.1. Objetivo prioritario

El objetivo más señalado es desarrollar y atraer talento especializado e incrementar las capacidades para la internacionalización, con 10 de 36 respuestas válidas (27,8 %). Le siguen la mejora del posicionamiento y la competitividad exterior, con 7 respuestas (19,4 %), y la consolidación de la exportación de las empresas ya internacionalizadas, con 6 respuestas (16,7 %).



Objetivo prioritario en internacionalización

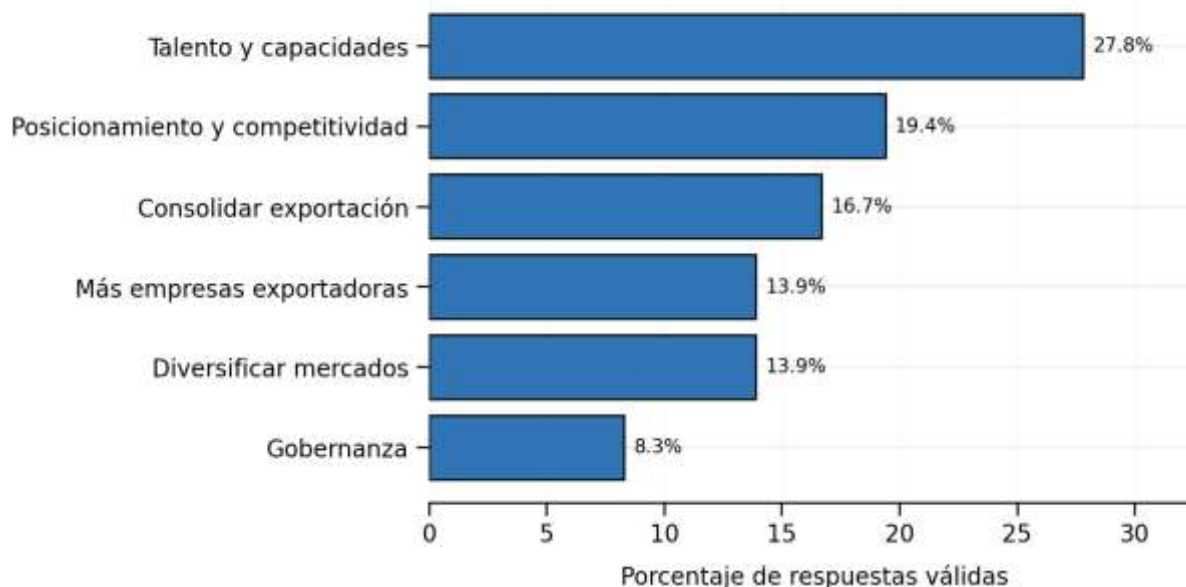


Figura 6. Objetivo considerado prioritario en materia de internacionalización. Base: 36 respuestas válidas.

6.2. Empresas destinatarias del apoyo

Las pymes concentran de manera clara la preferencia de las personas participantes. De las 32 respuestas válidas, 22 señalan a las pymes como el tipo de empresa que debería recibir mayor apoyo, lo que representa el 68,8 %. Las personas emprendedoras alcanzan el 12,5 %, los autónomos el 9,4 %, las grandes empresas el 6,3 % y las micropymes el 3,1 %.



Empresas que deberían recibir mayor apoyo

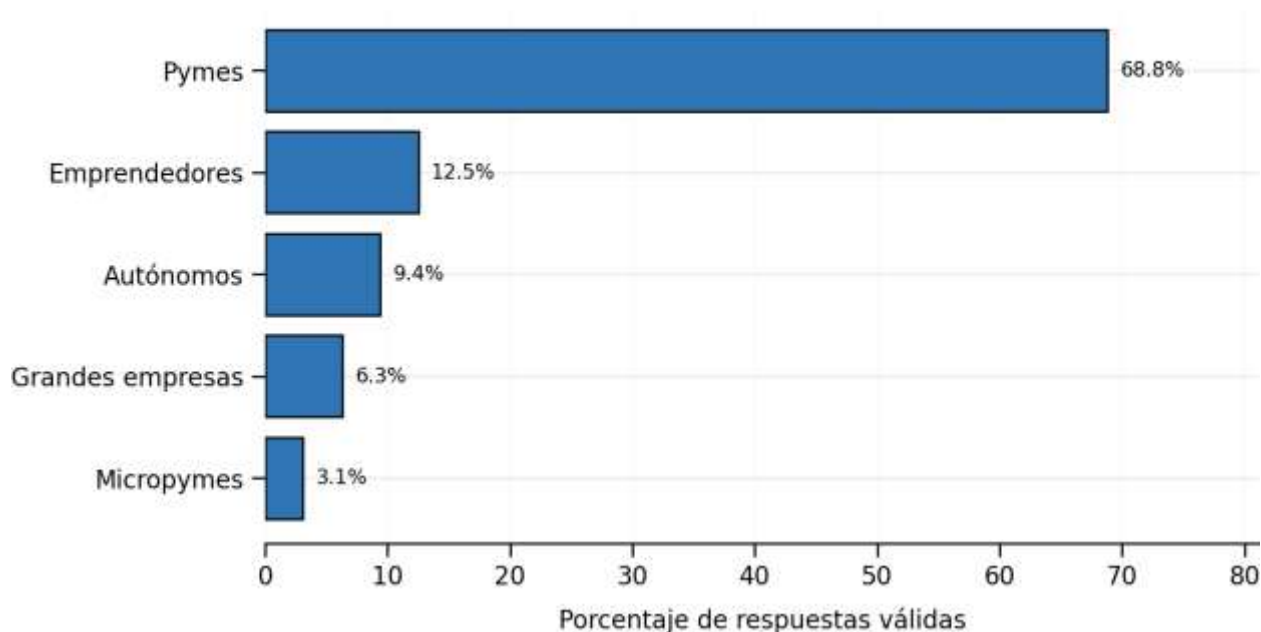


Figura 7. Tipo de empresa que debería recibir mayor apoyo. Base: 32 respuestas válidas.

6.3. Apoyos considerados más útiles

La demanda se orienta principalmente hacia instrumentos prácticos que faciliten el acceso real a los mercados. El apoyo en misiones comerciales, ferias y otros formatos de promoción en destino recibe 23 menciones entre las 36 personas que alcanzaron el bloque (63,9 %).

Las subvenciones económicas y el asesoramiento personalizado obtienen 15 menciones cada uno (41,7 %). El acceso a financiación y fondos europeos suma 13 menciones (36,1 %), seguido de la formación específica, con 9 (25,0 %), y los programas específicos de internacionalización, con 8 (22,2 %).



Apoyos más útiles para internacionalizarse



Figura 8. Apoyos considerados más útiles. Pregunta de selección múltiple; porcentaje sobre 36 participantes del bloque.

7. Prioridades para la captación de inversiones

La mitad de las 36 respuestas válidas considera prioritario fortalecer el posicionamiento de Castilla-La Mancha como destino receptor de inversiones. La segunda prioridad es facilitar el proceso de implantación de nuevas empresas, señalada por 10 personas (27,8 %).

El refuerzo de la colaboración con los agentes implicados en la gestión de proyectos de inversión obtiene cinco respuestas (13,9 %). La creación de una Agencia de Captación de Inversiones es seleccionada por dos participantes (5,6 %) y el impulso a las reinversiones por una persona (2,8 %).

Resultado principal:

Las respuestas apuntan más hacia una captación activa, una propuesta regional de valor y una implantación ágil que hacia la creación de nuevas estructuras organizativas.



8. Impacto económico, territorial y rural

La percepción sobre el potencial territorial de la estrategia es ampliamente favorable. De las 33 personas que respondieron, 29 consideran que puede contribuir a reducir la despoblación en las zonas rurales de Castilla-La Mancha, lo que representa el 87,9 % de las respuestas válidas.

Las respuestas abiertas vinculan el impacto económico esperado con el aumento de las exportaciones, la captación de inversión productiva, el fortalecimiento del tejido empresarial, la creación de empleo estable y la generación de oportunidades fuera de los principales núcleos urbanos. También se subraya la necesidad de medir los resultados en términos de proyectos ejecutados, empleo generado, permanencia exportadora y distribución territorial.

9. Análisis de las propuestas abiertas

Las aportaciones abiertas contienen propuestas operativas que complementan y matizan las respuestas cerradas. Los principales ejes identificados son los siguientes:

9.1. Acompañamiento integral y personalizado

Se propone sustituir una lógica centrada exclusivamente en ayudas o actuaciones puntuales por itinerarios adaptados al grado de madurez de cada empresa. Las medidas sugeridas incluyen diagnósticos previos, asesoramiento sectorial y por mercados, mentoría, apoyo en la búsqueda de clientes y socios, y acompañamiento en destino.

9.2. Promoción y acceso efectivo a los mercados

Las ferias, misiones comerciales y misiones inversas se consideran herramientas especialmente valiosas. Se destaca la importancia del contacto presencial, el conocimiento de la cultura empresarial de cada mercado, el intercambio de experiencias entre empresas y la generación de contactos comerciales cualificados. También se solicita una promoción continuada de la marca regional en destinos prioritarios.

9.3. Formación, talento y capacidades

Las propuestas reclaman formación especializada por sectores, capacitación de directivos y responsables de internacionalización y acceso a talento con experiencia práctica. Aparece asimismo la conveniencia de integrar la digitalización, el comercio electrónico y las herramientas digitales en los programas de apoyo.

9.4. Simplificación y acompañamiento al inversor

En captación de inversiones se demanda una ventanilla única con plazos claros, coordinación de los trámites y acompañamiento desde el primer contacto hasta la implantación. Algunas aportaciones proponen una unidad



aceleradora de proyectos estratégicos y una mayor coordinación entre la Administración regional, los municipios y otros agentes.

9.5. Información territorial e infraestructuras

Se plantea elaborar información verificable sobre suelo industrial, capacidad eléctrica, gas, agua, telecomunicaciones, accesos y plazos de implantación. También se reclaman mejoras en las conexiones de los polígonos industriales y una presentación diferenciada de las oportunidades de cada territorio.

9.6. Cooperación y evaluación

Las respuestas proponen fórmulas de cooperación entre pequeñas empresas, consorcios de exportación, plataformas compartidas y coordinación institucional. En materia de evaluación, se solicita medir no solo el número de actividades, sino también la continuidad exportadora, la inversión ejecutada, el empleo creado, las reinversiones y la distribución territorial de los resultados.

El apéndice 1 recoge las aportaciones recibidas, su valoración y, según proceda, su alineación con el Plan o los motivos de su no aceptación.



10. Conclusiones generales

1. Una estrategia orientada principalmente a las pymes.

La preferencia por las pymes es inequívoca y aconseja configurar instrumentos adaptados a su dimensión, recursos y grado de madurez exportadora.

2. Del apoyo puntual al acompañamiento sostenido.

Las aportaciones demandan combinar financiación con asesoramiento, promoción, contactos cualificados y apoyo continuado en destino.

3. Talento como condición para internacionalizarse.

La disponibilidad de perfiles especializados y la capacitación práctica aparecen como una necesidad transversal para iniciar, consolidar y diversificar la actividad exterior.

4. Captación de inversión basada en posicionamiento y agilidad.

La región debe reforzar su propuesta de valor, desarrollar una captación proactiva y facilitar la implantación mediante información fiable, coordinación y simplificación administrativa.

5. Dimensión territorial de la estrategia.

La internacionalización y la inversión se conciben como herramientas para crear empleo y oportunidades en el medio rural, siempre que las actuaciones incorporen las condiciones reales de infraestructuras y servicios de los territorios.

6. Necesidad de comunicar mejor.

El conocimiento limitado de la estrategia anterior y de las ayudas a la inversión extranjera muestra la conveniencia de mejorar la difusión, segmentar los mensajes y hacer visibles los resultados.

7. Evaluación centrada en resultados.

El seguimiento debería incorporar indicadores de exportación regular, permanencia en mercados, inversión materializada, reinversión, empleo y equilibrio territorial, además de los indicadores de actividad.

Síntesis final

Las respuestas configuran una estrategia deseada más práctica, cercana y orientada a resultados: presencia real en los mercados, talento especializado, captación activa de inversión, implantación ágil y puesto en valor de Castilla-La Mancha como destino de inversión.



Apéndice 1. Detalle y valoración de las propuestas recibidas

ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACIÓN. PROPUESTAS RECIBIDAS, VALORACIÓN Y ALINEACIÓN CON EL PLAN

PROPUESTA	ACEPTADA/NO ACEPTADA/ACEPTADA PARCIALMENTE	OBJETIVO	LÍNEA DE ACTUACIÓN	ACTUACIÓN DEL PLAN	EXPLICACIÓN BREVE (NO/PARCIAL)
Visibilidad	aceptada	Objetivo 1. Potenciar la internacionalización de la economía de Castilla-La Mancha	1.3 Fomento de la imagen de Castilla-La Mancha y de sus productos y servicios	1.3.2 Programa de marca y diferenciación 1.3.3 Promoción internacional de la marca Castilla-La Mancha	
Transversalidad	aceptada	Objetivo 5. Gobernanza de la estrategia de apoyo a la internacionalización	5.1 Coordinación de los organismos implicados 5.2 Colaboración regional, nacional e internacional	5.1.1 Coordinación de la estrategia 5.1.2 Planes Operativos anuales 5.2.1 Coordinación de las Redes Exteriores	
Distribución equitativa	aceptada	Aplicación transversal del Plan, con seguimiento territorial	Gobernanza y seguimiento	Indicadores de impacto y ejecución con incidencia territorial cuando sea posible	
Ayudas económicas a las empresas	aceptada	Objetivo 2. Fortalecer el posicionamiento y la competitividad internacional de las empresas regionales	2.2 Impulso al desarrollo de proyectos en el exterior	2.2.1 Difusión de apoyos a la financiación de proyectos en el exterior 2.2.2 Asesoramiento en programas europeos, proyectos y licitaciones internacionales	
Formación y asesoramiento para internacionalizarse	aceptada	Objetivo 4. Desarrollar y atraer talento especializado e incrementar las capacidades para la internacionalización	4.1 Refuerzo de la capacitación profesional en comercio exterior	4.1.1 Actividades formativas para profesionales 4.1.2 Programa de Prácticas en el Exterior y orientación a la carrera internacional	
Apoyo para acceder a nuevos mercados mediante ferias y misiones comerciales	aceptada	Objetivo 1. Potenciar la internacionalización de la economía de Castilla-La Mancha Objetivo 3. Diversificar mercados y reducir la dependencia geográfica	1.2 Incremento de las exportaciones y de las empresas exportadoras regulares 3.1 Estrategias país	1.2.1 Acciones agrupadas de promoción internacional 1.2.2 Planes individuales de promoción internacional 3.1.1 Prospección y promoción de nuevos mercados 3.1.2 Refuerzo de la promoción en mercados prioritarios	
Apoyo al emprendimiento mediante oportunidades de formación y trabajo	aceptada	Objetivo 4. Desarrollar y atraer talento especializado e incrementar las capacidades para la internacionalización	4.1 Refuerzo de la capacitación profesional en comercio exterior	4.1.1 Actividades formativas para profesionales 4.1.2 Programa de Prácticas en el Exterior y orientación a la carrera internacional	





Ofrecer a micropymes y pymes un diagnóstico individual de su potencial exportador y una ruta práctica de iniciación que incluya requisitos, certificaciones, logística y selección de mercados.	aceptada	Objetivo 1. Potenciar la internacionalización de la economía de Castilla-La Mancha	1.1 Incremento de la base exportadora	1.1.1 Asesoramiento en planes de internacionalización 1.1.2 Programa de Iniciación a la Exportación 1.1.3 Servicio de evaluación del potencial exportador	
Facilitar fórmulas de cooperación entre pequeñas empresas para compartir promoción, contactos comerciales y presencia en los mercados de destino.	aceptada	Objetivo 1. Potenciar la internacionalización de la economía de Castilla-La Mancha Objetivo 2. Fortalecer el posicionamiento y la competitividad internacional de las empresas regionales	1.2 Incremento de las exportaciones y de las empresas exportadoras regulares 2.1 Fomento de la cooperación empresarial	1.2.1 Acciones agrupadas de promoción internacional 1.2.2 Planes individuales de promoción internacional 2.1.1 Actividades de networking 2.1.2 Asesoramiento para la creación de alianzas empresariales	
Evaluar las actuaciones por el aumento de empresas exportadoras regulares y por su alcance en todas las provincias, además de por el número de actividades organizadas.	aceptada	Objetivo 1. Potenciar la internacionalización de la economía de Castilla-La Mancha Aplicación transversal del Plan, con seguimiento territorial Transversal a los objetivos de internacionalización	1.2 Incremento de las exportaciones y de las empresas exportadoras regulares Gobernanza y seguimiento	1.2.3 Programa de consolidación de exportación Indicadores de impacto y ejecución con incidencia territorial cuando sea posible Sistema de indicadores e informes anuales de seguimiento	
Programas de asesoramiento personalizado para pymes, adaptados al mercado objetivo y orientados a definir estrategias de entrada y desarrollo comercial.	aceptada	Objetivo 2. Fortalecer el posicionamiento y la competitividad internacional de las empresas regionales	2.3 Asesoramiento y servicios de internacionalización	2.3.2 Servicio de asesoramiento y servicios personalizados en destino: Red Exterior	
Apoyo práctico para la identificación y acceso a clientes, distribuidores, socios y otros contactos cualificados en mercados internacionales.	aceptada	Objetivo 2. Fortalecer el posicionamiento y la competitividad internacional de las empresas regionales	2.3 Asesoramiento y servicios de internacionalización	2.3.2 Servicio de asesoramiento y servicios personalizados en destino: Red Exterior	
Refuerzo de las ayudas para acciones comerciales en destino, incluyendo ferias, misiones comerciales y otras iniciativas de prospección y promoción internacional.	aceptada	Objetivo 1. Potenciar la internacionalización de la economía de Castilla-La Mancha	1.2 Incremento de las exportaciones y de las empresas exportadoras regulares	1.2.1 Acciones agrupadas de promoción internacional 1.2.2 Planes individuales de promoción internacional	
Menos burocracia	aceptada parcialmente	No se recoge como reforma general; solo apoyo y orientación dentro de los servicios del Plan	2.3 Asesoramiento y servicios de internacionalización	2.3.2 Red Exterior, para consultas y orientación práctica	Se recoge únicamente el componente que tiene encaje en el Plan, ya que la propuesta es genérica o poco concreta.



Asesoramiento especializado	aceptada	Objetivo 2. Fortalecer el posicionamiento y la competitividad internacional de las empresas regionales	2.3 Asesoramiento y servicios de internacionalización	2.3.2 Servicio de asesoramiento y servicios personalizados en destino: Red Exterior	
Acceso a financiación	aceptada	Objetivo 2. Fortalecer el posicionamiento y la competitividad internacional de las empresas regionales	2.2 Impulso al desarrollo de proyectos en el exterior	2.2.1 Difusión de apoyos a la financiación de proyectos en el exterior 2.2.2 Asesoramiento en programas europeos, proyectos y licitaciones internacionales	
PROMOCIÓN	aceptada	Objetivo 1. Potenciar la internacionalización de la economía de Castilla-La Mancha	1.2 Incremento de las exportaciones y de las empresas exportadoras regulares	1.2.1 Acciones agrupadas de promoción internacional 1.2.2 Planes individuales de promoción internacional	
Más apoyo económico y simplificación administrativa	aceptada parcialmente	Objetivo 2. Fortalecer el posicionamiento y la competitividad internacional de las empresas regionales	2.2 Impulso al desarrollo de proyectos en el exterior	2.2.1 Difusión de apoyos a la financiación de proyectos en el exterior 2.2.2 Asesoramiento en programas europeos, proyectos y licitaciones internacionales	El apoyo se contempla condicionado a las disponibilidades presupuestarias. La simplificación o actuación regulatoria solicitada corresponde a otros órganos; el Plan solo incorpora información, coordinación y acompañamiento.
Mayor apoyo a la promoción internacional, ferias, misiones comerciales y búsqueda de nuevos mercados.	aceptada	Objetivo 1. Potenciar la internacionalización de la economía de Castilla-La Mancha Objetivo 3. Diversificar mercados y reducir la dependencia geográfica	1.2 Incremento de las exportaciones y de las empresas exportadoras regulares 3.1 Estrategias país	1.2.1 Acciones agrupadas de promoción internacional 1.2.2 Planes individuales de promoción internacional 3.1.1 Prospección y promoción de nuevos mercados 3.1.2 Refuerzo de la promoción en mercados prioritarios	
Formación y asesoramiento especializado en comercio exterior, mercados y herramientas digitales.	aceptada	Objetivo 2. Fortalecer el posicionamiento y la competitividad internacional de las empresas regionales Objetivo 4. Desarrollar y atraer talento especializado e incrementar las capacidades para la internacionalización	2.3 Asesoramiento y servicios de internacionalización 4.1 Refuerzo de la capacitación profesional en comercio exterior	2.3.2 Servicio de asesoramiento y servicios personalizados en destino: Red Exterior 4.1.1 Actividades formativas para profesionales 4.1.2 Programa de Prácticas en el Exterior y orientación a la carrera internacional 2.3.1 Fomento de la IA y nuevas herramientas digitales	
Fomento de la capacitación en internacionalización ante la escasez de talento especializado en la región.	aceptada	Objetivo 4. Desarrollar y atraer talento especializado e incrementar las capacidades para la internacionalización	4.1 Refuerzo de la capacitación profesional en comercio exterior	4.1.1 Actividades formativas para profesionales 4.1.2 Programa de Prácticas en el Exterior y orientación a la carrera internacional	



Diversificación de mercados ante los constantes desafíos geopolíticos.	aceptada	Objetivo 3. Diversificar mercados y reducir la dependencia geográfica	3.1 Estrategias país	3.1.1 Prospección y promoción de nuevos mercados 3.1.2 Refuerzo de la promoción en mercados prioritarios	
Esfuerzo conjunto entre todas las instituciones de la región al servicio de las empresas.	aceptada	Objetivo 5. Gobernanza de la estrategia de apoyo a la internacionalización	5.1 Coordinación de los organismos implicados 5.2 Colaboración regional, nacional e internacional	5.1.1 Coordinación de la estrategia 5.1.2 Planes Operativos anuales 5.2.1 Coordinación de las Redes Exteriores	
Coordinación institucional.	aceptada	Objetivo 5. Gobernanza de la estrategia de apoyo a la internacionalización	5.1 Coordinación de los organismos implicados 5.2 Colaboración regional, nacional e internacional	5.1.1 Coordinación de la estrategia 5.1.2 Planes Operativos anuales 5.2.1 Coordinación de las Redes Exteriores	
Impulso de las misiones comerciales para generar contactos y oportunidades de negocio y conocer directamente la realidad, estructura y cultura empresarial de cada mercado.	aceptada	Objetivo 1. Potenciar la internacionalización de la economía de Castilla-La Mancha	1.2 Incremento de las exportaciones y de las empresas exportadoras regulares	1.2.1 Acciones agrupadas de promoción internacional 1.2.2 Planes individuales de promoción internacional	
Intercambio de experiencias con empresas que ya exportan y tienen trayectoria en los mercados objetivo, para anticipar dificultades y barreras.	aceptada	Objetivo 2. Fortalecer el posicionamiento y la competitividad internacional	2.1 Fomento de la cooperación empresarial	2.1.1 Actividades de networking e intercambio de experiencias	
Impulso de las misiones comerciales inversas para que potenciales clientes conozcan las instalaciones, el equipo, la capacidad productiva y los procesos, reforzando la confianza y las relaciones a largo plazo.	aceptada	Objetivo 1. Potenciar la internacionalización de la economía de Castilla-La Mancha	1.2 Incremento de las exportaciones y de las empresas exportadoras regulares	1.2.1 Acciones agrupadas de promoción internacional 1.2.2 Planes individuales de promoción internacional	
Refuerzo de la formación y el asesoramiento en exportación con un enfoque específico por sectores y herramientas prácticas para acceder a diferentes mercados.	aceptada	Objetivo 4. Desarrollar y atraer talento especializado e incrementar las capacidades para la internacionalización	4.1 Refuerzo de la capacitación profesional en comercio exterior	4.1.1 Actividades formativas para profesionales 4.1.2 Programa de Prácticas en el Exterior y orientación a la carrera internacional	



Apoyo a las pymes para iniciar o ampliar su actividad internacional, facilitando financiación, asesoramiento y formación.	aceptada	Objetivo 4. Desarrollar y atraer talento especializado e incrementar las capacidades para la internacionalización Objetivo 2. Fortalecer el posicionamiento y la competitividad internacional de las empresas regionales	4.1 Refuerzo de la capacitación profesional en comercio exterior 2.2 Impulso al desarrollo de proyectos en el exterior	4.1.1 Actividades formativas para profesionales 4.1.2 Programa de Prácticas en el Exterior y orientación a la carrera internacional 2.2.1 Difusión de apoyos a la financiación de proyectos en el exterior 2.2.2 Asesoramiento en programas europeos, proyectos y licitaciones internacionales	
Impulso a la digitalización y al comercio electrónico para facilitar el acceso de las empresas de Castilla-La Mancha a nuevos mercados.	aceptada	Objetivo 3. Diversificar mercados y reducir la dependencia geográfica Objetivo 2. Fortalecer el posicionamiento y la competitividad internacional de las empresas regionales	3.1 Estrategias país 2.3 Asesoramiento y servicios de internacionalización	3.1.1 Prospección y promoción de nuevos mercados 3.1.2 Refuerzo de la promoción en mercados prioritarios 2.3.1 Fomento de la IA y nuevas herramientas digitales	
Fomento de la internacionalización en zonas rurales, apoyando a empresas y emprendedores para generar empleo y oportunidades y contribuir a frenar la despoblación.	aceptada	Aplicación transversal del Plan, con seguimiento territorial	Gobernanza y seguimiento	Indicadores de impacto y ejecución con incidencia territorial cuando sea posible	
Menos burocracia y más facilidades para la exportación	no aceptada	No incorporada al Plan	No procede	No procede	No se incorpora por falta de concreción suficiente y porque su formulación excede el objeto operativo del Plan.
Fomento de la marca Castilla-La Mancha	aceptada	Objetivo 1. Potenciar la internacionalización de la economía de Castilla-La Mancha	1.3 Fomento de la imagen de Castilla-La Mancha y de sus productos y servicios	1.3.2 Programa de marca y diferenciación 1.3.3 Promoción internacional de la marca Castilla-La Mancha	
Aterrizaje acompañado: cofinanciar 12–18 meses de implantación en destino — sociedad, fiscal, laboral y primeras contrataciones— con operadores locales, no solo la misión comercial.	aceptada parcialmente	Objetivo 3. Diversificar mercados y reducir la dependencia geográfica Objetivo 2. Fortalecer el posicionamiento y la competitividad internacional de las empresas regionales	3.1 Estrategias país 2.3 Asesoramiento y servicios de internacionalización	3.1.1 Prospección y promoción de nuevos mercados 3.1.2 Refuerzo de la promoción en mercados prioritarios 2.3.1 Fomento de la IA y nuevas herramientas digitales	El apoyo se contempla condicionado a las disponibilidades presupuestarias. Su aplicación queda condicionada al cumplimiento de la normativa subvencional.
Profesionalizar y mentorizar antes y durante la salida: diagnóstico previo de dirección, finanzas y procesos, y acompañamiento durante 12–18 meses por un mentor con experiencia en el mercado.	aceptada	Objetivo 2. Fortalecer el posicionamiento y la competitividad internacional de las empresas regionales	2.3 Asesoramiento y servicios de internacionalización	2.3.2 Servicio de asesoramiento y servicios personalizados en destino: Red Exterior	



Impulsar Chile y la Alianza del Pacífico como puerta de entrada a Latinoamérica, aprovechando su seguridad jurídica y el acuerdo con la UE.	aceptada	Objetivo 3. Diversificar mercados y reducir la dependencia geográfica	3.1 Estrategias país	3.1.1 Prospección y promoción de nuevos mercados 3.1.2 Refuerzo de la promoción en mercados prioritarios	
Creación de un itinerario integral de acompañamiento para empresas en función de su grado de madurez exportadora.	aceptada	Objetivo 1. Potenciar la internacionalización de la economía de Castilla-La Mancha Objetivo 2. Fortalecer el posicionamiento y la competitividad internacional de las empresas regionales	1.1 Incremento de la base exportadora 2.3 Asesoramiento y servicios de internacionalización	1.1.1 Asesoramiento en planes de internacionalización 1.1.2 Programa de Iniciación a la Exportación 1.1.3 Servicio de evaluación del potencial exportador 2.3.2 Servicio de asesoramiento y servicios personalizados en destino: Red Exterior	
Implantación de un bono de internacionalización avanzada que facilite el acceso a servicios especializados.	aceptada	Objetivo 2. Fortalecer el posicionamiento y la competitividad internacional de las empresas regionales	2.2 Impulso al desarrollo de proyectos en el exterior	2.2.1 Difusión de apoyos a la financiación de proyectos en el exterior 2.2.2 Asesoramiento en programas europeos, proyectos y licitaciones internacionales	
Refuerzo de los mecanismos de cooperación empresarial mediante consorcios de exportación, plataformas conjuntas y estructuras compartidas de acceso a mercados internacionales.	aceptada	Objetivo 2. Fortalecer el posicionamiento y la competitividad internacional de las empresas regionales	2.1 Fomento de la cooperación empresarial	2.1.1 Actividades de networking 2.1.2 Asesoramiento para la creación de alianzas empresariales	
Aumento de la inversión en promoción internacional en general.	aceptada	Objetivo 1. Potenciar la internacionalización de la economía de Castilla-La Mancha	1.2 Incremento de las exportaciones y de las empresas exportadoras regulares	1.2.1 Acciones agrupadas de promoción internacional 1.2.2 Planes individuales de promoción internacional	
Incremento de las actividades de promoción dirigidas a reforzar la imagen de Castilla-La Mancha en los mercados donde ya está presente.	aceptada	Objetivo 1. Potenciar la internacionalización de la economía de Castilla-La Mancha	1.2 Incremento de las exportaciones y de las empresas exportadoras regulares 1.3 Fomento de la imagen de Castilla-La Mancha y de sus productos y servicios	1.2.1 Acciones agrupadas de promoción internacional 1.2.2 Planes individuales de promoción internacional 1.3.2 Programa de marca y diferenciación 1.3.3 Promoción internacional de la marca Castilla-La Mancha	



Generación de nuevas actividades de promoción que resulten novedosas en los diferentes mercados.	aceptada	Objetivo 1. Potenciar la internacionalización de la economía de Castilla-La Mancha	1.2 Incremento de las exportaciones y de las empresas exportadoras regulares	1.2.1 Acciones agrupadas de promoción internacional 1.2.2 Planes individuales de promoción internacional	
Ayudar a definir la estrategia en función de la dimensión empresarial y la cooperación empresarial	aceptada	Objetivo 2. Fortalecer el posicionamiento y la competitividad internacional de las empresas regionales	2.1 Fomento de la cooperación empresarial	2.1.1 Actividades de networking 2.1.2 Asesoramiento para la creación de alianzas empresariales	
Facilitar y apoyar el acceso a talento especializado	aceptada	Objetivo 4. Desarrollar y atraer talento especializado e incrementar las capacidades para la internacionalización	4.1 Refuerzo de la capacitación profesional en comercio exterior	4.1.1 Actividades formativas para profesionales 4.1.2 Programa de Prácticas en el Exterior y orientación a la carrera internacional	
Facilitar contactos internacionales y presencia en destino	aceptada	Objetivo 1. Potenciar la internacionalización de la economía de Castilla-La Mancha	1.2 Incremento de las exportaciones y de las empresas exportadoras regulares	1.2.1 Acciones agrupadas de promoción internacional 1.2.2 Planes individuales de promoción internacional	
Formación en programas específicos de internacionalización.	aceptada	Objetivo 4. Desarrollar y atraer talento especializado e incrementar las capacidades para la internacionalización	4.1 Refuerzo de la capacitación profesional en comercio exterior	4.1.1 Actividades formativas para profesionales 4.1.2 Programa de Prácticas en el Exterior y orientación a la carrera internacional	
Facilitar el acceso a la financiación y a fondos.	aceptada	Objetivo 2. Fortalecer el posicionamiento y la competitividad internacional de las empresas regionales	2.2 Impulso al desarrollo de proyectos en el exterior	2.2.1 Difusión de apoyos a la financiación de proyectos en el exterior 2.2.2 Asesoramiento en programas europeos, proyectos y licitaciones internacionales	
Asesoramiento personalizado para tutorizar las operaciones exteriores.	aceptada	Objetivo 2. Fortalecer el posicionamiento y la competitividad internacional de las empresas regionales	2.3 Asesoramiento y servicios de internacionalización	2.3.2 Servicio de asesoramiento y servicios personalizados en destino: Red Exterior	
Programa de formación internacional para directivos o responsables del área internacional de las empresas exportadoras	aceptada	Objetivo 4. Desarrollar y atraer talento especializado e incrementar las capacidades para la internacionalización	4.1 Refuerzo de la capacitación profesional en comercio exterior	4.1.1 Actividades formativas para profesionales 4.1.2 Programa de Prácticas en el Exterior y orientación a la carrera internacional	
Apoyo en ferias y otros eventos de promoción internacional	aceptada	Objetivo 1. Potenciar la internacionalización de la economía de Castilla-La Mancha	1.2 Incremento de las exportaciones y de las empresas exportadoras regulares	1.2.1 Acciones agrupadas de promoción internacional 1.2.2 Planes individuales de promoción internacional	



Consolidación de empresas exportadoras.	aceptada	Objetivo 1. Potenciar la internacionalización de la economía de Castilla-La Mancha	1.2 Incremento de las exportaciones y de las empresas exportadoras regulares	1.2.3 Programa de consolidación de exportación	
Apoyo a la salida exportadora a mercados emergentes y con los que existen tratados de libre comercio.	aceptada	Objetivo 3. Diversificar mercados y reducir la dependencia geográfica	3.1 Estrategias país	3.1.1 Prospección y promoción de nuevos mercados 3.1.2 Refuerzo de la promoción en mercados prioritarios	
Apoyo específico a las empresas ubicadas en el medio rural y, en especial, en las zonas más despobladas.	aceptada	Aplicación transversal del Plan, con seguimiento territorial	Gobernanza y seguimiento	Indicadores de impacto y ejecución con incidencia territorial cuando sea posible	
Ayudas directas a la exportación	aceptada	Objetivo 2. Fortalecer el posicionamiento y la competitividad internacional de las empresas regionales	2.2 Impulso al desarrollo de proyectos en el exterior	2.2.1 Difusión de apoyos a la financiación de proyectos en el exterior 2.2.2 Asesoramiento en programas europeos, proyectos y licitaciones internacionales	
Facilitación de redes comerciales que operen con productos de un mismo sector	aceptada	Objetivo 2. Fortalecer el posicionamiento y la competitividad internacional de las empresas regionales	2.1 Fomento de la cooperación empresarial	2.1.1 Actividades de networking 2.1.2 Asesoramiento para la creación de alianzas empresariales	

ESTRATEGIA DE CAPTACIÓN DE INVERSIONES- PROPUESTAS RECIBIDAS , VALORACIÓN Y ALINEACIÓN CON EL PLAN

PROPUESTA	ACEPTADA	OBJETIVO	LÍNEA DE ACTUACIÓN	ACTUACIÓN DEL PLAN	EXPLICACIÓN BREVE (NO/PARCIAL)
Prioridad a las zonas rurales	aceptada	Objetivo 4. Reforzar la colaboración territorial en la gestión de proyectos	4.1 Capacitación técnica a los Ayuntamientos 4.2 Herramienta de gestión de proyectos	4.1.2 Fichas básicas de información territorial 4.2.1 Actualización continua de la información municipal	
Visibilidad	aceptada	Objetivo 1. Fortalecer el posicionamiento de Castilla-La Mancha como destino receptor de inversión	1.1 Promoción en sectores estratégicos 1.2 Promoción y difusión del atractivo regional	1.1.1 Actualización de la propuesta de valor 1.1.2 Propuestas de valor sectoriales 1.2.1 Difusión de oportunidades de inversión 1.2.4 Fortalecimiento de la marca Invest in CLM	



Estabilidad	aceptada	Objetivo 1. Fortalecer el posicionamiento como destino receptor de inversión	1.1 Promoción en sectores estratégicos	1.1.1 Propuesta de valor y ventajas competitivas de Castilla-La Mancha	
Facilitar los trámites para las empresas extranjeras	aceptada parcialmente	Objetivo 2. Facilitar el proceso de implantación de nuevas empresas	2.2 Coordinación con el resto de las Administraciones	2.2.1 Agilización de tramitaciones administrativas 2.2.2 Grupos de trabajo ad hoc	La simplificación o actuación regulatoria solicitada corresponde a otros órganos; el Plan solo incorpora información, coordinación y acompañamiento.
Ofrecer incentivos fiscales y económicos	no aceptada	No incorporada al Plan	No procede	No procede	No se incorpora por falta de concreción suficiente y porque su formulación excede el objeto del Plan.
Mejorar la promoción de Castilla-La Mancha como destino atractivo para la inversión extranjera	aceptada	Objetivo 1. Fortalecer el posicionamiento de Castilla-La Mancha como destino receptor de inversión	1.1 Promoción en sectores estratégicos 1.2 Promoción y difusión del atractivo regional	1.1.1 Actualización de la propuesta de valor 1.1.2 Propuestas de valor sectoriales 1.2.1 Difusión de oportunidades de inversión 1.2.4 Fortalecimiento de la marca Invest in CLM	
Elaborar fichas verificadas de los polígonos industriales con suelo disponible, capacidad eléctrica, gas natural, agua, telecomunicaciones y plazos de implantación.	aceptada	Objetivo 2. Facilitar el proceso de implantación de nuevas empresas Objetivo 4. Reforzar la colaboración con los agentes involucrados en proyectos de inversión	2.1 Asesoramiento, información y facilitación de las inversiones 4.1 Capacitación técnica a los Ayuntamientos 4.2 Mejora de la herramienta de gestión de proyectos	2.1.1 Propuestas a medida y asesoramiento sobre implantación 2.1.2 Apoyo logístico en visitas 2.1.3 Servicios avanzados de facilitación 2.1.4 Procesos y herramientas de gestión 4.1.2 Preparación de fichas básicas de información 4.2.1 Actualización continua de la herramienta con Ayuntamientos	
Programar la extensión progresiva del gas natural a los polígonos que aún carecen de él, con calendario y prioridades según la demanda actual y potencial.	no aceptada	No incorporada al Plan	No procede	No procede	No se incorpora porque la materia corresponde a otros órganos o administraciones y excede las competencias del IPEX y el alcance del Plan.
Revisar y mejorar las conexiones de las zonas empresariales con autovías, autopistas y cascos urbanos, así como sus viales internos, atendiendo a las necesidades del tráfico pesado.	no aceptada	No incorporada al Plan	No procede	No procede	No se incorpora porque la materia corresponde a otros órganos o administraciones y excede las competencias del IPEX y el alcance del Plan.



Desarrollar una estrategia de captación proactiva por sectores y mercados prioritarios, identificando y contactando empresas con potencial real de implantación en Castilla-La Mancha.	aceptada	Objetivo 1. Fortalecer el posicionamiento de Castilla-La Mancha como destino receptor de inversión Objetivo 2. Facilitar el proceso de implantación de nuevas empresas	1.3 Generación activa de negocio 2.1 Asesoramiento, información y facilitación de las inversiones	1.3.1 Inteligencia de mercado 1.3.2 Investor targeting 2.1.1 Propuestas a medida y asesoramiento sobre implantación 2.1.2 Apoyo logístico en visitas 2.1.3 Servicios avanzados de facilitación 2.1.4 Procesos y herramientas de gestión	
Reforzar la colaboración con municipios y agentes locales para identificar oportunidades de implantación y promocionar de forma especializada las ventajas de cada territorio.	aceptada	Objetivo 2. Facilitar el proceso de implantación de nuevas empresas Objetivo 4. Reforzar la colaboración con los agentes involucrados en proyectos de inversión	2.1 Asesoramiento, información y facilitación de las inversiones 4.1 Capacitación técnica a los Ayuntamientos 4.3 Revisión del Consejo de Captación de Inversiones	2.1.1 Propuestas a medida y asesoramiento sobre implantación 2.1.2 Apoyo logístico en visitas 2.1.3 Servicios avanzados de facilitación 2.1.4 Procesos y herramientas de gestión 4.1.2 Preparación de fichas territoriales 4.3.2 Grupos de trabajo temáticos o sectoriales	
Ofrecer un acompañamiento integral a las empresas interesadas, desde el primer contacto hasta la implantación, facilitando información sobre localizaciones, ayudas, talento, proveedores y trámites.	aceptada	Objetivo 2. Facilitar el proceso de implantación de nuevas empresas	2.1 Asesoramiento, información y facilitación de las inversiones 2.2 Coordinación con el resto de las Administraciones	2.1.1 Propuestas a medida y asesoramiento sobre implantación 2.1.2 Apoyo logístico en visitas 2.1.3 Servicios avanzados de facilitación 2.1.4 Procesos y herramientas de gestión 2.2.1 Agilización de tramitaciones administrativas 2.2.2 Grupos de trabajo ad hoc 2.1.3 Servicios avanzados de facilitación, incluido apoyo en búsqueda de financiación	
Diversificación de productos mediante clases magistrales para ayudar a los empresarios a identificar su producto real	aceptada parcialmente	Objetivo 4. Reforzar la colaboración con agentes involucrados	4.1 Capacitación técnica	4.1.1 Curso básico de formación en IED (encaje parcial)	Se recoge únicamente el componente que tiene encaje en el Plan, ya que la propuesta es genérica o poco concreta.
Ayudas para reducir el temor a invertir y salir al exterior	aceptada	Objetivo 2. Facilitar el proceso de implantación de nuevas empresas	2.1 Asesoramiento, información y facilitación de las inversiones	2.1.3 Servicios avanzados de facilitación, incluido apoyo en búsqueda de financiación	
Formación continuada en sectores clave	aceptada	Objetivo 4. Reforzar la colaboración con agentes involucrados	4.1 Capacitación técnica	4.1.1 Curso básico de formación en IED (encaje parcial)	
FACILIDAD	aceptada	Objetivo 2. Facilitar el proceso de implantación de nuevas empresas	2.1 Asesoramiento, información y facilitación de las inversiones	2.1.1 Propuestas a medida y asesoramiento sobre implantación 2.1.2 Apoyo logístico en visitas 2.1.3 Servicios avanzados de facilitación 2.1.4 Procesos y herramientas de gestión	



AYUDAS	aceptada	Objetivo 2. Facilitar el proceso de implantación de nuevas empresas	2.1 Asesoramiento, información y facilitación de las inversiones	2.1.3 Servicios avanzados de facilitación, incluido apoyo en búsqueda de financiación	
ATRACCIÓN	aceptada	Objetivo 1. Fortalecer el posicionamiento de Castilla-La Mancha como destino receptor de inversión	1.1 Promoción en sectores estratégicos 1.2 Promoción y difusión del atractivo regional	1.1.1 Actualización de la propuesta de valor 1.1.2 Propuestas de valor sectoriales 1.2.1 Difusión de oportunidades de inversión 1.2.4 Fortalecimiento de la marca Invest in CLM	
Desarrollar programas específicos de atracción de inversión extranjera directa.	aceptada	Objetivo 1. Fortalecer el posicionamiento de Castilla-La Mancha como destino receptor de inversión	1.1 Promoción en sectores estratégicos 1.2 Promoción y difusión del atractivo regional	1.1.1 Actualización de la propuesta de valor 1.1.2 Propuestas de valor sectoriales 1.2.1 Difusión de oportunidades de inversión 1.2.4 Fortalecimiento de la marca Invest in CLM	
Simplificar los trámites administrativos.	aceptada parcialmente	Objetivo 2. Facilitar el proceso de implantación de nuevas empresas	2.2 Coordinación con el resto de las Administraciones	2.2.1 Agilización de tramitaciones administrativas 2.2.2 Grupos de trabajo ad hoc	La simplificación o actuación regulatoria solicitada corresponde a otros órganos; el Plan solo incorpora información, coordinación y acompañamiento.
Reforzar los servicios de acompañamiento al inversor con complementos de apoyo aún no existentes.	aceptada	Objetivo 2. Facilitar el proceso de implantación de nuevas empresas	2.1 Asesoramiento, información y facilitación de las inversiones	2.1.1 Propuestas a medida y asesoramiento sobre implantación 2.1.2 Apoyo logístico en visitas 2.1.3 Servicios avanzados de facilitación 2.1.4 Procesos y herramientas de gestión	
Impulsar más colaboraciones público-privadas e incentivos para proyectos de alto valor añadido vinculados a la innovación, la sostenibilidad, la digitalización y la creación de empleo cualificado.	aceptada	Objetivo 4. Reforzar la colaboración con los agentes involucrados en proyectos de inversión Objetivo 2. Facilitar el proceso de implantación de nuevas empresas	4.1 Capacitación técnica a los Ayuntamientos 4.3 Revisión del Consejo de Captación de Inversiones 2.1 Asesoramiento, información y facilitación de las inversiones	4.1.2 Preparación de fichas territoriales 4.3.2 Grupos de trabajo temáticos o sectoriales 2.1.3 Servicios avanzados de facilitación, incluido apoyo en búsqueda de financiación	
Máxima transparencia en la difusión de oportunidades	aceptada	Objetivo 1. Fortalecer el posicionamiento de Castilla-La Mancha como destino receptor de inversión	1.2 Promoción y difusión del atractivo regional	1.2.1 Difusión de oportunidades de inversión	



Facilitar la llegada de empresas extranjeras en relación con los trámites y el acompañamiento durante todo el proceso de inversión.	aceptada	Objetivo 2. Facilitar el proceso de implantación de nuevas empresas	2.1 Asesoramiento, información y facilitación de las inversiones 2.2 Coordinación con el resto de las Administraciones	2.1.1 Propuestas a medida y asesoramiento sobre implantación 2.1.2 Apoyo logístico en visitas 2.1.3 Servicios avanzados de facilitación 2.1.4 Procesos y herramientas de gestión 2.2.1 Agilización de tramitaciones administrativas 2.2.2 Grupos de trabajo ad hoc	
Promocionar Castilla-La Mancha como destino de inversión, destacando sus infraestructuras, ubicación, suelo industrial y oportunidades de negocio.	aceptada	Objetivo 4. Reforzar la colaboración con los agentes involucrados en proyectos de inversión	4.1 Capacitación técnica a los Ayuntamientos 4.2 Mejora de la herramienta de gestión de proyectos	4.1.2 Preparación de fichas básicas de información 4.2.1 Actualización continua de la herramienta con Ayuntamientos	
Impulsar incentivos y ayudas para atraer proyectos que generen empleo, innovación y desarrollo, especialmente en zonas rurales.	aceptada	Objetivo 4. Reforzar la colaboración territorial en la gestión de proyectos Objetivo 2. Facilitar el proceso de implantación de nuevas empresas	4.1 Capacitación técnica a los Ayuntamientos 4.2 Herramienta de gestión de proyectos 2.1 Asesoramiento, información y facilitación de las inversiones	4.1.2 Fichas básicas de información territorial 4.2.1 Actualización continua de la información municipal 2.1.3 Servicios avanzados de facilitación, incluido apoyo en búsqueda de financiación	
Promoción de la marca Castilla-La Mancha como sinónimo de calidad	aceptada	Objetivo 1. Fortalecer el posicionamiento de Castilla-La Mancha como destino receptor de inversión	1.1 Promoción en sectores estratégicos 1.2 Promoción y difusión del atractivo regional	1.1.1 Actualización de la propuesta de valor 1.1.2 Propuestas de valor sectoriales 1.2.1 Difusión de oportunidades de inversión 1.2.4 Fortalecimiento de la marca Invest in CLM	
Potenciación de los puntos fuertes de la región	aceptada	Objetivo 1. Fortalecer el posicionamiento de Castilla-La Mancha como destino receptor de inversión	1.1 Promoción en sectores estratégicos 1.2 Promoción y difusión del atractivo regional	1.1.1 Actualización de la propuesta de valor 1.1.2 Propuestas de valor sectoriales 1.2.1 Difusión de oportunidades de inversión 1.2.4 Fortalecimiento de la marca Invest in CLM	
Incentivos para invertir	aceptada	Objetivo 2. Facilitar el proceso de implantación de nuevas empresas	2.1 Asesoramiento, información y facilitación de las inversiones	2.1.3 Servicios avanzados de facilitación, incluido apoyo en búsqueda de financiación	



Ventanilla única de implantación con plazos comprometidos para sociedad, visados de trabajadores y asuntos fiscales y laborales.	aceptada parcialmente	Objetivo 2. Facilitar el proceso de implantación de nuevas empresas	2.1 Asesoramiento, información y facilitación de las inversiones 2.2 Coordinación con el resto de las Administraciones	2.1.1 Propuestas a medida y asesoramiento sobre implantación 2.1.2 Apoyo logístico en visitas 2.1.3 Servicios avanzados de facilitación 2.1.4 Procesos y herramientas de gestión 2.2.1 Agilización de tramitaciones administrativas 2.2.2 Grupos de trabajo ad hoc	La simplificación o actuación regulatoria solicitada corresponde a otros órganos; el Plan solo incorpora información, coordinación y acompañamiento. El acompañamiento puede centralizar información y coordinación, pero la concesión de visados y otras materias fiscales o laborales corresponde a autoridades competentes.
Apostar por México y Latinoamérica como origen de inversión: ampliar la función de las antenas del IPEX en México a la captación de inversión, abrir una antena en Chile y colaborar con socios privados locales.	aceptada parcialmente	Objetivo 1. Fortalecer el posicionamiento como destino receptor de inversión	1.2 Promoción y difusión 1.3 Generación activa de negocio	1.2.2 Eventos de promoción 1.3.2 Investor targeting en mercados estratégicos	México figura como mercado estratégico, mientras que no se prioriza Chile por su reducido peso inversor actual en la región.
Relevo generacional: poner en contacto a inversores extranjeros con pymes de la región que no tienen sucesor.	aceptada	Objetivo 1. Generación activa de oportunidades de inversión	1.3 Generación activa de negocio	1.3.1 Inteligencia de mercado 1.3.2 Investor targeting	
Creación de una Unidad Aceleradora de Proyectos Estratégicos que permita agilizar la tramitación administrativa de las inversiones.	aceptada	Objetivo 2. Facilitar el proceso de implantación de nuevas empresas	2.2 Coordinación con el resto de las Administraciones	2.2.1 Agilización de tramitaciones administrativas 2.2.2 Grupos de trabajo ad hoc	
Desarrollo de un Banco Regional de Suelo Industrial y Capacidades Energéticas que facilite la toma de decisiones de los inversores.	aceptada parcialmente	Objetivo 4. Reforzar la colaboración con los agentes involucrados en proyectos de inversión	4.1 Capacitación técnica a los Ayuntamientos 4.2 Mejora de la herramienta de gestión de proyectos	4.1.2 Preparación de fichas básicas de información 4.2.1 Actualización continua de la herramienta con Ayuntamientos	La simplificación o actuación regulatoria solicitada corresponde a otros órganos; el Plan solo incorpora información, coordinación y acompañamiento. El Plan recoge la parte informativa y de coordinación, pero otros elementos exceden las competencias del IPEX.
Impulso de programas que favorezcan la integración de proveedores regionales en las cadenas de suministro asociadas a las inversiones captadas.	aceptada	Objetivo 3. Impulsar las reinversiones de las empresas ya establecidas	3.1 Fomentar y consolidar relaciones con empresas de capital extranjero	3.1.1 Programa Reinvierte CLM, mediante networking y apoyo a la expansión	



Desarrollo de un plan de acción permanente en destinos clave para la captación de inversión, con un calendario constante de actividades.	aceptada	Objetivo 1. Fortalecer el posicionamiento de Castilla-La Mancha como destino receptor de inversión	1.3 Generación activa de negocio	1.3.1 Inteligencia de mercado 1.3.2 Investor targeting	
Posicionamiento de la región como zona estratégica para la recepción de inversiones.	aceptada	Objetivo 1. Fortalecer el posicionamiento de Castilla-La Mancha como destino receptor de inversión	1.1 Promoción en sectores estratégicos 1.2 Promoción y difusión del atractivo regional	1.1.1 Actualización de la propuesta de valor 1.1.2 Propuestas de valor sectoriales 1.2.1 Difusión de oportunidades de inversión 1.2.4 Fortalecimiento de la marca Invest in CLM	
Creación de un plan de medidas claras para fomentar la inversión internacional.	aceptada	Objetivo 1. Fortalecer el posicionamiento de Castilla-La Mancha como destino receptor de inversión	1.2 Promoción y difusión del atractivo regional	1.2.1 Difusión de oportunidades de inversión	
IMPULSAR LAS REINVERSIONES DE LAS EMPRESAS YA ESTABLECIDAS	aceptada	Objetivo 3. Impulsar las reinversiones de las empresas ya establecidas	3.1 Relaciones con empresas de capital extranjero presentes en Castilla-La Mancha	3.1.1 Programa Reinvierte CLM 3.1.2 Herramientas y ayudas para las reinversiones	
FACILITAR EL PROCESO DE IMPLANTACIÓN DE NUEVAS EMPRESAS	aceptada	Objetivo 2. Facilitar el proceso de implantación de nuevas empresas	2.1 Asesoramiento, información y facilitación de las inversiones	2.1.1 Propuestas a medida y asesoramiento sobre implantación 2.1.2 Apoyo logístico en visitas 2.1.3 Servicios avanzados de facilitación 2.1.4 Procesos y herramientas de gestión	
REFORZAR LA COLABORACIÓN CON EL RESTO DE LOS AGENTES INVOLUCRADOS EN LA GESTIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN	aceptada	Objetivo 4. Reforzar la colaboración con los agentes involucrados en proyectos de inversión	4.1 Capacitación técnica a los Ayuntamientos 4.3 Revisión del Consejo de Captación de Inversiones	4.1.2 Preparación de fichas territoriales 4.3.2 Grupos de trabajo temáticos o sectoriales	



Bajada de impuestos.	no aceptada	No incorporada al Plan	No procede	No procede	No se incorpora por falta de concreción suficiente y porque su formulación excede el objeto del Plan.
Facilidad de terrenos industriales para su instalación.	aceptada parcialmente	Objetivo 2. Facilitar el proceso de implantación de nuevas empresas Objetivo 4. Reforzar la colaboración con los agentes involucrados en proyectos de inversión	2.1 Asesoramiento, información y facilitación de las inversiones 4.1 Capacitación técnica a los Ayuntamientos 4.2 Mejora de la herramienta de gestión de proyectos	2.1.1 Propuestas a medida y asesoramiento sobre implantación 2.1.2 Apoyo logístico en visitas 2.1.3 Servicios avanzados de facilitación 2.1.4 Procesos y herramientas de gestión 4.1.2 Preparación de fichas básicas de información 4.2.1 Actualización continua de la herramienta con Ayuntamientos	Se recoge únicamente el componente que tiene encaje en el Plan, ya que la propuesta es genérica o poco concreta.
Agilizar la burocracia.	aceptada parcialmente	Objetivo 2. Facilitar el proceso de implantación de nuevas empresas	2.2 Coordinación con el resto de las Administraciones	2.2.1 Agilización de tramitaciones administrativas 2.2.2 Grupos de trabajo ad hoc	La simplificación o actuación regulatoria solicitada corresponde a otros órganos; el Plan solo incorpora información, coordinación y acompañamiento.

Apéndice 2. Bases utilizadas en el análisis

Bloque	Base máxima observada	Criterio
Registros iniciados	202	Accesos contabilizados por la plataforma
Perfil	58	Al menos una respuesta en A1-A4
Valoración	51	Personas que alcanzaron B1-B11
Propuestas	36	Personas que alcanzaron C1-C4
Cuestionarios completos	35	Cuestionarios finalizados

Fuente: estadísticas exportadas del proceso participativo, correspondientes al archivo de todas las respuestas y al archivo de cuestionarios completos.

