



SUBVENCIONES PARA ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN INTERNACIONAL (CATALUÑA)

(CONVOCATORIA 2023)

OBJETIVO: Se subvencionan los gastos necesarios para realizar actividades de promoción internacional, especialmente promoción digital pero también física, con el objetivo de incrementar el volumen y la frecuencia de las exportaciones de las empresas beneficiarias e incentivar el uso de los canales digitales en la internacionalización

BENEFICIARIOS: Empresas con sede operativa en Cataluña constituidas como sociedad anónima, sociedad de responsabilidad limitada o sociedad cooperativa que cumplan los siguientes requisitos:

- Facturación mínima de 250.000 euros en el último ejercicio cerrado.
 - Disponer de la web de la empresa en un idioma extranjero.
 - Disponer de un plan de promoción internacional (PPI) actual, elaborado a partir de 2021.
- No pueden ser beneficiarias de estas ayudas las empresas dedicadas a la intermediación o distribución ni tampoco aquellas empresas del sector turístico o cultural cuyo objetivo sea atraer clientes hacia Cataluña.
- Ni las excluidas por efectos del reglamento de minimis, que se aplica a esa ayuda.

TIPO DE CONVOCATORIA: Concurrencia competitiva con plazo de presentación.

Plazo de presentación: Hasta el 13 de diciembre de 2023 a las 14.00 h

Estado de la convocatoria: ABIERTA

ACTUACIONES Y GASTOS SUBVENCIONABLES:

Se consideran subvencionables las siguientes actuaciones y gastos:

a) Gastos de promoción digital:

- Desarrollo web y/o e-commerce y creación de contenidos para el acceso a nuevos mercados
 - Acciones del plan de marketing digital y campañas publicitarias internacionales
 - Participación en marketplaces
- Gastos de inscripción y publicidad en los mismos
- Contratación de agencias especializadas para gestionar y optimizar la presencia en marketplaces: estudio de viabilidad para analizar los más adecuados, alta y gestión inicial de la cuenta, formación en mercados electrónicos y otros servicios a medida (B2B o B2C).
- Adquisición e integración de licencias de software de inteligencia de negocio y gestión con clientes online internacionales.

b) Gastos de promoción física:

- Participación en actos de promoción: ferias, congresos, exposiciones, promoción en punto de venta, degustaciones, seminarios, etc.
 - Gastos vinculados a la organización de la actuación (alquiler, mobiliario, decoración, intérpretes, etc.) (No se subvenciona la realización de agendas de contactos ni las actividades subvencionadas ya por ACCIÓ u otros organismos (ICEX, etc.)
 - Coste de la entrada, si se va como visitante (1 entrada por empresa y por acto)
 - Gastos vinculados al proceso de certificación, homologación y registro de marca por la comercialización internacional de productos, excepto tasas.
- c) Gasto de realización del informe de justificación de la ayuda por parte de un auditor de cuentas (coste subvencionable máximo de 1.000 €).

INTENSIDAD E IMPORTE DE LA AYUDA:

La intensidad de la ayuda es de un 50% sobre el presupuesto del proyecto (100% de la auditoría), hasta un máximo de 15.000 €.

Los proyectos tendrán que tener un gasto solicitado mínimo de 12.500€.

La beneficiaria recibirá un anticipo por el importe máximo del 60% de la ayuda otorgada una vez recibida la resolución de concesión, sin que sea necesaria la constitución de garantías.

PERIODO DE EJECUCIÓN:

Entre el 1 de enero de 2023 hasta el 31 de diciembre de 2024

No existe la posibilidad de solicitar una ampliación de ese plazo.

CRITERIOS DE VALORACIÓN:

CRITERIO	Valor máx.
1.- Grado de inversión en promoción digital en relación con el presupuesto total solicitado	200
1.1 Más del 50% del gasto solicitado se corresponde con acciones de promoción digital	200
1.2 Entre el 25% y el 49% del gasto solicitado se corresponde con acciones de promoción digital	100
1.3 Entre el 0% y el 24% del gasto solicitado se corresponde con acciones de promoción digital	0
2.- El plan de actuaciones está alineado con el plan de promoción internacional presentado:	120
a) Coherencia en los países seleccionados: coincidencia entre los mercados priorizados en el Plan de Promoción Internacional y los mercados donde se desarrollarán las acciones. b) Viabilidad de los mercados y canales de entrada analizados: se han analizado las barreras, situación del sector, competencia y canales de entrada.	

c) Se han tenido en cuenta aspectos legales, fiscales y logísticos de los mercados analizados: se han analizado estas variables dentro de la estrategia de entrada en el mercado. d) Se han tenido en cuenta en el presupuesto del plan presentado el coste de un posible posicionamiento de la marca y la traducción de la web en el idioma adecuado al/los mercado/s analizado/s.	
3. Experiencia exportadora de la empresa	85
a. La media de exportación de los dos últimos ejercicios cerrados ha estado entre el 5% y el 15% de la facturación	85
b. La media de exportación de los dos últimos ejercicios cerrados ha estado entre el 16% y el 30% de la facturación	50
c. La media de exportación de los dos últimos ejercicios cerrados ha sido inferior al 5% de la facturación, o bien, más del 30% de la facturación	0
4. Recursos Humanos para realizar el plan de actuaciones	10
a. Existe un departamento de exportación y tiene, al menos, una persona dedicada al 100% de su jornada laboral	10
b. No existe un departamento de exportación y tampoco hay ninguna persona dedicada al 100% de su jornada laboral en la exportación	0
5. Países prioritarios ACCIÓ * Los países prioritarios de ACCIÓ son: Alemania, Australia, Brasil, Canadá, Colombia, Corea del Sur, Croacia, Dinamarca, Emiratos Árabes Unidos, Estados Unidos, Francia, Ghana, India, Italia, Japón, Kenia, Marruecos, México, Perú, Qatar, Reino Unido, Singapur, Sudáfrica, Vietnam, China.	50
a. Al menos un país de los escogidos como objetivo está incluido en la lista de países prioritarios de ACCIÓ	50
b. Ningún país de los escogidos como objetivo está incluido en la lista de países prioritarios de ACCIÓ	0
6. Inversión en promoción exterior los dos últimos años	5
a. Inversión en promoción exterior de más de 70.000,00 euros	5
b. Inversión en promoción exterior entre 30.000,00 euros y 69.999,00 euros	4
c. Inversión en promoción exterior entre 10.000,00 euros y 29.999,00 euros	3
d. Inversión en promoción exterior inferior a 10.000,00 euros	1
7. Disponer de página web en catalán	10
a. Si dispone de página web en catalán	10
b. Si no dispone de página web en catalán	0
8. Orientación y enfoque del proyecto desde una perspectiva de género:	10
*Se valorará que el resultado del objetivo que se persigue en el proyecto pueda contribuir a reducir la brecha de género, y en especial, tendrá que estar relacionado con la capacidad del proyecto de promover la igualdad efectiva de mujeres y hombres.	
a. Proyecto orientado hacia la perspectiva de género	10
b. Proyecto no orientado hacia la perspectiva de género	0
9. Impacto ambiental y social del proyecto: contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y contribución a la transición energética-climática	10
a. Hay contribución	10
b. No hay contribución	0

La puntuación mínima del proyecto es de 250 puntos sobre 500 puntos.



SOLICITUD: Online a través del canal empresa. Firma electrónica. Documentación:

- Memoria técnica del proyecto según modelo disponible.
- Presupuesto completo y detallado del proyecto según modelo disponible
- Declaración de las ayudas recibidas en concepto de minimis de los últimos tres años según el modelo disponible.
- Plan de promoción internacional con mínimo contenido según modelo disponible.

JDA/SFAI

Área de Consultoría en Financiación Investigación, Desarrollo e Innovación