

GRUPOS DE PROMOCIÓN

• OBJETIVO

Apoyar a las PYMES que, de forma agrupada, desarrollen y ejecuten un Plan Estratégico que tenga por objetivo la apertura y desarrollo de nuevos mercados internacionales.

• REQUISITOS

- No es necesario tener personalidad jurídica independiente, es suficiente presentar un Plan Estratégico previo detallado.
- Mínimo 3 empresas participantes y máximo 8.
- No se precisa Gerente.
- Permanencia mínima 3 años.
- Abordar únicamente un mercado (excluyendo países UE).
- Presentación de un informe final detallando actividades realizadas.

• CONCEPTOS SUBVENCIONABLES:

Las ayudas destinadas para el Plan Estratégico alcanzarán como máximo el 50% del coste previsto para el año 2009, con un límite absoluto de 120.000 € por grupo.

- Gastos de consultorías (para diseño y ejecución del Plan Estratégico).
- Viajes de prospección.
- Ferias.
- Material promocional.
- Publicidad.
- Exposiciones permanentes.
- Misiones inversas de compradores.



CONSORCIOS DE EXPORTACIÓN

• OBJETIVO

- Apoyar la agrupación de pequeñas y medianas empresas, con una estrategia de comercialización conjunta y unos objetivos similares para afrontar la actividad exportadora.
- Facilitar la presencia con implantación comercial agrupada (filiales o sucursales) de PYMES españolas con marca identificada como producto o servicio español en el exterior, siempre que tengan la misma estrategia de comercialización y promoción, y que se dirijan a los mismos canales de distribución.
- Los consorcios podrán constituirse en España (Consortio en origen) o en el exterior (Consortio en destino)

• REQUISITOS

- Personalidad jurídica independiente.
- Mínimo 4 empresas (3 en destino).
- Gerente en exclusiva.
- Cabe la participación de un Socio Financiero.
- Permanencia mínima 18 meses y máxima 36 meses.
- Posibilidad de abordar más de un mercado.

• CONCEPTOS SUBVENCIONABLES:

Se destinará una ayuda de un 45% durante los 36 meses de participación en el programa y hasta un 75% en países de África Occidental durante un período de 60 meses.

- Gastos de estructura:
 - Estudios de viabilidad, gastos de constitución, personal, alquileres, servicios profesionales externos, asesoramiento legal (en destino).
- Gastos de promoción:
 - Investigación de mercados, material de difusión y promoción, publicidad, acciones promocionales, relaciones públicas, ferias, exposiciones permanentes, viajes comerciales.
- Otros gastos:
 - Registro de patentes y marcas, defensa jurídica de la marca, homologación.

*Sólo se considerarán los gastos facturados a terceros, excluyendo los gastos internos del consorcio.

