

PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LA CONTRATACIÓN

1. PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN EN EL MERCADO OBJETIVO (65 puntos)

1.0. Introducción

Descripción de la empresa y de las actividades que realiza: histórico, estructura, datos, producto, países a los que exporta en la actualidad.

País o mercado para el que solicita la ayuda indicando en su caso la región o ciudad concreta en la que se van a centrar las actuaciones.

1.1. Análisis estratégico interno (12 puntos) Análisis detallado en relación con el mercado objetivo y el proyecto de internacionalización de la empresa, de los recursos internos de la empresa. Se valorarán los siguientes aspectos:

1.1.1. Personal (1 punto). Se valorará el análisis de la motivación del personal de la empresa respecto al proyecto de internacionalización, de la adecuación de los perfiles del personal implicado en la exportación a las tareas a realizar, su adecuada dimensión, la organización del personal.

1.1.2. Producto o servicio que se va a internacionalizar (3 puntos). Se valorará la adecuada descripción de sus atributos y factores de competitividad (tecnología, diseño, marca, precio, etc.)

1.1.3. Análisis de la viabilidad del Plan de Internacionalización (5 puntos). Análisis de los recursos financieros con los que cuenta la empresa, de los gastos del proyecto y la previsión de los ingresos que se esperan obtener con el proyecto.

1.1.4. Grado de digitalización de las empresas en sus procesos (3 puntos). Web, redes sociales, comercio electrónico, empleo de software ERP/CRM.

1.2. Análisis estratégico externo (13 puntos). Se valorará el análisis de los siguientes aspectos en la medida de su **profundidad y vinculación con el proyecto de internacionalización de la empresa**.

1.2.1. Entorno político (1 punto). Contexto político que favorece o dificulta la viabilidad del proyecto.

1.2.2. Entorno legal (2 puntos). Requisitos para la comercialización del producto en el país. Barreras arancelarias. Ventajas u obstáculos legales.

1.2.3. Entorno socioeconómico (2 puntos). Situación social y económica y cómo afecta al proyecto.

1.2.4. Situación del sector en el mercado de destino (2 puntos). Análisis pormenorizado del mercado potencial

1.2.5. Perfil del público objetivo (3 puntos). Clientes potenciales: perfil cultural, económico, social, zona geográfica. Por qué elegirían mi producto

1.2.6. Análisis de la competencia (3 puntos). Empresas competidoras, estrategias, productos o servicios competidores.

1.3. DAFO (12 puntos). Partiendo de los análisis interno y externo, se valorará el análisis de las fortalezas y debilidades de la empresa en su **proceso de internacionalización** para el mercado objetivo, así como de las amenazas y oportunidades del mismo. **(Cuadro resumen)**

1.3.1. Debilidades (3 puntos). Características internas de la empresa limitadoras de la capacidad de desarrollo del negocio.

1.3.2. Amenazas (3 puntos). Factores externos que pueden llegar a impedir la ejecución de la estrategia empresarial u obstaculizar la viabilidad del negocio.

1.3.3. Fortalezas (3 puntos). Recursos internos, posiciones de poder y cualquier tipo de ventaja competitiva propia de la empresa.

1.3.4. Oportunidades (3 puntos). Factores externos a la empresa que favorecen su desarrollo o brindan la posibilidad de implantar mejoras.

1.4. Planificación (20 puntos)

1.4.1. **Objetivos (10 puntos).** Se valorará en qué medida son específicos, medibles, alcanzables, relevantes y limitados a la fecha de finalización de la contratación subvencionada.

1.4.2. Plan de acciones en el mercado de destino para el periodo de la acción subvencionada (10 puntos). Se valorará su adecuado desarrollo, su calendarización, su valoración económica (presupuesto) y sobre todo su justificación de cara a la consecución de los objetivos planteados en el apartado anterior.

1.5. Coherencia del plan (8 puntos). Se valorará que todos los puntos descritos anteriormente sean consecuentes entre sí. **Revisar que todo lo detallado va en el mismo sentido.**

2. JUSTIFICACIÓN DE LA CONTRATACIÓN (15 puntos)

2.1 Justificación de la necesidad de la contratación (7,5 puntos). en relación a la estrategia de internacionalización planteada en los puntos anteriores y las dificultades que dicha contratación ayudaría a solucionar.

2.2 Tareas a realizar por la persona contratada (7,5 puntos). Se valorará la adecuación de las tareas propuestas a las que corresponden a la ejecución del plan de internacionalización de la empresa