

Anexo 1 : Proyecto de Internacionalización (PI)

En el presente Anexo se detallan las condiciones bajo las cuales las empresas pueden solicitar apoyo para financiar la elaboración del Plan de Internacionalización, así como una guía para elaborar el mismo con el objetivo de ordenar los elementos principales que deberá contener el PI. El alcance de este apoyo queda a criterio y voluntad de las empresas.

I. Apoyo para elaborar el Proyecto de Internacionalización (PI)

El Programa podrá apoyar financieramente la contratación de un consultor que elabore el Proyecto de Internacionalización (PI) de una empresa. Las empresas que operan en la modalidad Nuevo Exportador deberán presentar un Proyecto de Internacionalización elaborado en el marco del Programa. Si la empresa ya cuenta con un Proyecto de Internacionalización no financiado por el Programa, el mismo será evaluado por Uruguay XXI, quien determinará si cumple los requisitos para postular al Componente II.

En caso de solicitar apoyo financiero para la elaboración del PI, el mismo deberá prever seguimiento y asesoramiento del consultor durante la ejecución del Proyecto.

I.1. ¿Qué gastos se pueden reconocer?

Honorarios del consultor para la formulación del Proyecto, así como horas de capacitación o asesoramiento como parte de los servicios profesionales brindados por el consultor durante la ejecución del Proyecto.

II. Guía para elaborar el Proyecto de Internacionalización.

En la presente sección se presenta una Guía para la elaboración del Proyecto de Internacionalización. La misma permite ordenar los principales contenidos que deberá tener el PI. En grandes líneas, el PI deberá contener un Plan Estratégico y un Plan de Acción para implementar el mismo.

El mismo deberá contener (preferentemente):

I) Plan estratégico.

- a) Resumen Ejecutivo.
- b) Análisis de la Empresa.
- c) Mercado objetivo.
 - i) Identificación.
 - ii) Competencia y propuesta de valor.
 - iii) Estrategia de entrada, canal de distribución y comercialización.
 - iv) Dificultades a la entrada.
- d) Experiencia exportadora previa de la empresa.
- e) Resultados esperados.
 - i) Indique los principales resultados esperados de su estrategia de internacionalización.

- ii) Exportaciones que espera lograr.
- f) Riesgos identificados a la hora de la internacionalización.

II) Plan de acción

- a) Identificación y Justificación de actividades a realizar.
- b) Cronograma de actividades.
- c) Resultados esperados.

I. Plan Estratégico.

a) Resumen Ejecutivo de la estrategia de internacionalización

Resumen de no más de 500 palabras sobre la estrategia de internacionalización de la empresa y principales objetivos.

b) Análisis de la empresa.

- Identificación y descripción de bienes/servicios a ser exportados; análisis de la capacidad de producción y tiempo de respuesta a nuevos desarrollos, pedidos y reposiciones.
- Situación contable y financiera; análisis de aspectos tales como la estructura de costos, liquidez, endeudamiento y rentabilidad.
- Descripción de su estructura; identificación de la cantidad de personal capacitada para asumir tareas relativas a la inserción internacional; identificación de necesidades de reclutamiento o capacitación.
- Experiencia exportadora previa de la empresa: año de comienzo de exportación, mercado/s de destino, productos exportados y estrategia de entrada utilizadas. Indicar fortalezas y debilidades de la empresa en su experiencia exportadora.
- Descripción de herramientas de promoción y comunicación (catálogo de productos, folletos, página web, etc.).
- Análisis de las principales fortalezas y debilidades de la empresa para su inserción exportadora (nueva o consolidación).

c) Mercado objetivo

c.1. Identificación mercado(s) seleccionado(s)

- Justificación de la elección.
- Descripción del/los mercados: análisis estadístico de las importaciones y consumo aparente del producto en el mercado seleccionado.
- Evaluación de su potencial: identificación de las oportunidades que ofrece.
- Identificación de principales barreras de ingreso al mercado: arancel, preferencias arancelarias, impuestos internos, requisitos de ingreso, acuerdos comerciales, certificaciones, aspectos tributarios, etc.

- Aspectos de propiedad intelectual e industrial, marcas y patentes.

c.2. Identificación de la competencia y propuesta de valor

- Identificación y análisis de competidores, identificación de productos similares o sustitutos.
- Estrategia de competencia seleccionada.
- Diferencial de la propuesta.

c.3. Estrategia de entrada.

- Establecer la forma de exportación del producto o servicio seleccionada: exportación directa o indirecta, acuerdos con empresas en destino, establecerse en el exterior, canales de distribución, promoción, otros. Justificación de la elección.
- Estrategia de precio: análisis de precios en el mercado objetivo; fluctuaciones y tendencias.
- Medios de pago, Incoterms, sugerencias respecto a modalidades de cotización.
- Estrategia de distribución: identificación de canales de distribución, condiciones de almacenamiento y transporte.
- Estrategia de producto: normativa de empaque y embalaje en el mercado de destino; requisitos de etiquetado; adaptación del producto a las necesidades del consumidor en el mercado objetivo.
- Estrategia de promoción: identificación de prácticas de publicidad y comunicación más utilizadas en el mercado objetivo.

c.4. Dificultades a la entrada.

Indique cuáles son a su entender las principales dificultades para el ingreso o expansión de ventas al mercado seleccionado (normativa vigente, regulaciones, grado de competencia, etc.) y la estrategia de la empresa para enfrentarlas.

d) Experiencia exportadora previa de la empresa.

Detallar la experiencia exportadora de la empresa (principales mercados, mercado objetivo).

e) Resultados esperados.

e.1) Indicar los principales resultados esperados de la estrategia de internacionalización.

Por resultados esperados se entienden los logros o beneficios que la empresa obtendría de la ejecución de la estrategia diseñada. A modo de ejemplo pueden mencionarse:

- Acceso a nuevos mercados.
- Crecimiento de la facturación total de la empresa.
- Crecimiento de las exportaciones.
- Reducción de costos por economías de escala.
- Innovación en producto.
- Innovación en proceso.
- Impacto en términos de empleo (cantidad y calidad).
- Impacto en términos de posicionamiento de la empresa y su *branding* a nivel internacional.
- Otros.

e.2) Exportaciones que se espera lograr.

El PI deberá contener una proyección de las exportaciones que la empresa espera lograr en el mercado objetivo luego de la implementación de la estrategia de internacionalización. Se sugiere indicar cuantitativamente las exportaciones (valor y unidades físicas) que la empresa espera lograr en un horizonte de tres años a partir de la implementación del PI.

II. Plan de acción.

Además de la estrategia de internacionalización, el PI deberá contener un Plan de acción para implementar dicha estrategia.

a) Identificación y justificación de actividades a realizar.

Se recomienda identificar las actividades necesarias para la internacionalización, se solicite o no apoyo para la realización de las mismas, indicando en cada caso la justificación de la actividad y el aporte de la misma a la estrategia de internacionalización.

Las actividades que pueden desarrollarse incluyen, dentro de los componentes definidos por el programa, las siguientes:

Componente I: Generación de capacidades.

- Actividades de Capacitación.
- Desarrollo y ajustes/mejoras de productos.
- Diseño de productos y empaque.
- Asesoría y pasantías tecnológicas.
- Certificaciones.
- Marketing.
- Profesionalización exportadora.

Componente II: Estrategia de ingreso y venta.

- Ferias o eventos.
- Visitas a clientes o rondas de negocios.
- Misiones inversas.
- Misiones tecnológicas.
- Propiedad intelectual.
- Estudios de mercado o asesoría legal.

b) Cronograma de actividades

Se deberá definir el cronograma de actividades según componente, estableciendo fecha de inicio y finalización, costo total de cada actividad y % que sería financiado por Proexport+.

c) Resultados esperados.

Se deberán indicar los resultados esperados de la implementación de la estrategia de internacionalización (preferentemente a nivel de componente), indicando indicadores para su medición y medios de verificación (fuentes de información) a utilizar.