

ANEXO 19 – TIPOLOGÍA GASTOS ELEGIBLES FASE II

Índice

1.	Cuestiones importantes	2
2.	Actuaciones financiadas Fase II A Consultoría	5
3.	Actuaciones financiadas Fase II B Implementación	6
4.	Gastos no elegibles: consideraciones generales	11
5.	Justificación de gastos	12

1

Cuestiones importantes

- Las actividades subvencionables en el Programa GMI **deben implicar para la empresa la implementación de medidas que permitan el refuerzo de la marca como palanca de competitividad para la internacionalización. En ningún caso se admitirán gastos orientados al mercado nacional.**
- Las empresas podrán financiar con cargo al Programa **gastos y/o inversiones asociados a la puesta en marcha e implementación de medidas en materia de gestión de la marca para la internacionalización, teniendo en cuenta las siguientes consideraciones:**
 - **Fase II-A “Consultoría”:** Hasta un importe máximo de 3.000 € (IVA no incluido) durante un periodo estimado de tres meses desde que la entidad cameral le comunique de manera formal su acceso a dicha fase.
 - **Fase II-B “Implementación”:** hasta un importe de 7.000 € (IVA no incluido) durante un periodo estimado de 6 meses desde que la entidad cameral le comunique de manera formal su acceso a la Fase II-B del programa, y siempre antes de la fecha de justificación indicada desde la entidad cameral.

Fase II Ayudas	Presupuesto máximo	Duración (Plazo máximo)
Fase II A Consultoría	3.000 € (IVA no incluido)	3 meses desde finalización Fase Asesoramiento
Fase II B Implementación	7.000 € (IVA no incluido)	6 meses desde finalización Fase II A Consultoría

- En el marco del Programa **no se excluye que las empresas puedan desarrollar y ejecutar Planes de mayor cuantía, si bien únicamente se considerará el coste financiable máximo admitido 3.000 €, IVA no incluido para la Fase II A**

Consultoría y de (7.000 €, IVA no incluido) para la Fase II B de Implementación¹.

- La empresa seleccionará libremente aquella entidad con la que quiera ejecutar gastos vinculados a la Fase IIA del programa, **si bien el consultor deberá cumplir de manera obligatoria con los siguientes requisitos:**

- ✓ Formación:
 - Licenciatura o grado en ADE, Económicas, Empresariales
 - Cualquier otra licenciatura o grado siempre que se haya complementado con un master o postgrado en dirección de empresas (MBA), marketing, gestión de marcas o comercio internacional.
- ✓ Experiencia de al menos 8 años en:
 - Consultoría de marca o de internacionalización de marca
 - Departamentos de marketing (brand managers, product managers, marketing managers, directores de marketing, communication managers) de empresas multinacionales (que operasen durante al menos 3 años consecutivos en al menos 5 mercados incluido el doméstico).

La experiencia requerida se entiende acumulada entre las dos posibilidades.

- ✓ Dominio de inglés.
 - ✓ El profesional no podrá ser familiar de socios o directivos de la empresa.
 - ✓ El profesional no podrá haber trabajado en la empresa con anterioridad.
- Del mismo modo, la empresa seleccionará libremente aquella entidad con la que quiera ejecutar gastos vinculados a la Fase IIB del programa, a la cual solicitará

¹ Para presupuestos por encima del umbral establecido en la Ley General de Subvenciones (mayores de 15.000 €), la empresa beneficiaria tendrá la obligación de solicitar un total de tres ofertas de diferentes proveedores, salvo que no exista en el mercado suficiente número de entidades susceptibles de prestar el servicio que se presupuesta (hecho que deberá justificarse).



UNIÓN EUROPEA

presupuesto, no podrá ser una entidad vinculada o asociada a la empresa beneficiaria.

- **TODO EL MATERIAL DE DIFUSIÓN/PROMOCIÓN QUE SEA OBJETO DE COFINANCIACIÓN FEDER ESTÁ SUJETO AL REGLAMENTO UE Nº 1303/2013, de 17 de diciembre de 2013;** según el cual los beneficiarios son responsables de informar de dicha cofinanciación FEDER, a través de la inserción de su logo en todos los materiales.

El coste relativo a aquellos materiales de promoción y difusión, que no reflejen expresamente el logo FEDER, no será objeto de cofinanciación comunitaria en el marco del Programa GMI

- **Todos los gastos deberán estar efectivamente realizados y pagados en los plazos establecidos por la entidad cameral** y, en todo caso, antes de la fecha de justificación indicada por dicha entidad, mediante una de las formas de pago aceptadas, y justificados documentalmente en tiempo y forma ante la entidad cameral.
- El presente documento contiene un catálogo de actuaciones y actividades financiables en el marco del Programa GMI, así como los gastos elegibles y no elegibles.



UNIÓN EUROPEA

2

Actuaciones financiadas Fase II A Consultoría

La tipología de gastos elegibles en la Fase II A del Programa GMI son únicamente aquellos relacionados con consultoría destinada a incrementar la competitividad de la empresa a través de la gestión internacional de la marca, en alguno de los países seleccionados en la fase de asesoramiento.

1. CONSULTORÍA EN GESTIÓN DE MARCA PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN

Conceptos subvencionables	<ul style="list-style-type: none">• Honorarios del consultor / asesor para el desarrollo de la consultoría en gestión de marca para la internacionalización.<ul style="list-style-type: none">- Importe máximo financiable 3.000 €- Número mínimo de horas para el desarrollo de la consultoría: 30
Conceptos excluidos	<ul style="list-style-type: none">• Gastos de desplazamiento y dietas del consultor / asesor

3

Actuaciones financiadas Fase II B Implementación

La tipología de gastos elegibles en la Fase II B del Programa GMI se describen a continuación:

1. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

<p>Conceptos subvencionables</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Estudios de mercado, enfocados en el área de marca y marketing, como comportamiento del consumidor, canales de comunicación, escucha en redes sociales, etc. realizados por empresas especializadas. • Compra de informes sectoriales para los mercados de destino (competencia, cuota de mercado, etc.) • Estudios sobre el (re)conocimiento de marca en los mercados internacionales. • Estudios sobre la fortaleza de la marca. • Diseño y/o implementación de métricas como Net Promoter Score, Tests A/B, etc. en los mercados de destino.
<p>Conceptos excluidos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Estudios de implantación • Estudios realizados internamente por la empresa • Estudios orientados al mercado nacional • Compra de bases de datos y directorios de empresas para los mercados de destino

2. MATERIALES DE DIFUSIÓN / PROMOCIÓN EN MERCADOS INTERNACIONALES

<p>Conceptos subvencionables</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración y reimpresión de catálogos, folletos, carteles, expositores del punto de venta. • (Re)diseño y/o adaptación de envases y etiquetas (tanto de producto como de muestras). • Diseño y/o modificación o ampliación de páginas web. • El coste de dar el alta a la empresa en "portales comerciales" en Internet para la venta de sus productos (Limite 1 año). • Diseño de carpetas de prensa y demás material informativo impreso o audiovisual. • Gastos de traducción de textos relacionados con el material promocional.
---	--



UNIÓN EUROPEA

	<ul style="list-style-type: none">• Gastos de producción de material audiovisual (vídeos corporativos, piezas para redes sociales, etc.)• Implantación CRM en mercados de destino.• Diseño y producción de los stands para las ferias profesionales.• Todo este material deberá destinarse exclusivamente a la internacionalización y editarse al menos en un idioma extranjero (salvo en los casos de empresas cuyos mercados objetivos sean exclusivamente aquellos con idioma oficial español) bajo la marca y nombre de la empresa española.
Conceptos excluidos	<ul style="list-style-type: none">• Regalos de empresa y promocionales.• Diseño y producción de envases y etiquetas para el mercado nacional.• Elaboración de muestras.• Mantenimiento de página web.• Mantenimiento de la empresa en portales comerciales.

3. PUBLICIDAD

Conceptos subvencionables	<ul style="list-style-type: none">• Creatividad del material utilizado para el exterior y adaptación del ya existente para cada mercado.• Coste de la inserción en medios extranjeros y en la edición internacional de medios nacionales.• Publicidad en Internet para mercados exteriores (Ej.: lugar destacado en buscadores, landing pages).• Plan de Medios para mercado(s) objetivo(s), incluyendo medios online y offline.• Coste de contratación de una agencia de marketing o comunicación en el mercado de destino.• Coste de inserción en los catálogos de las ferias profesionales.
Conceptos excluidos	<ul style="list-style-type: none">• Publicidad destinada al mercado nacional



UNIÓN EUROPEA

4. ACCIONES PROMOCIONALES

<p>Conceptos subvencionables</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de plataformas de marca para su uso por parte de distribuidores, franquiciados, etc. en mercados de destino. • Diseño, edición e implantación de Brand Book para su uso en los distintos mercados. • Promociones punto de venta • Promociones al canal • Eventos de relaciones públicas, incluyendo la contratación de agencia de relaciones públicas. • Degustaciones • Exposiciones puntuales • Alquiler del espacio y montaje de showrooms permanentes en los mercados de destino • Participación en concursos o certámenes de calidad • Desfiles • Demostraciones • Jornadas técnicas • Patrocinios / Participación en eventos que tengan lugar en los mercados de destino • Elaboración del social media plan del mercado de destino • Honorarios de Community Managers para posicionamiento en los mercados de destino • Elaboración de contenidos específicos para su uso en redes sociales en el mercado de destino o traducción al idioma del país de destino • Campañas vía email para mercados de destino • Diseño y desarrollo de programas de fidelización para mercados de destino • Acciones promocionales a través de Internet, siempre que sean en idioma extranjero (salvo en los casos de empresas cuyos mercados objetivos sean exclusivamente aquellos con idioma oficial español).
<p>Conceptos excluidos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Seminarios • Elaboración, envío de muestras y envío de cualquier otro material • Regalos promocionales • Catering (cóctel)



UNIÓN EUROPEA

- Gastos de desplazamiento, alojamiento y dietas que se deriven de la implementación de las acciones promocionales, de relaciones públicas o de patrocinio y participación en eventos.

5. REGISTRO DE PATENTES Y MARCAS / CERTIFICACIONES

Conceptos subvencionables	<ul style="list-style-type: none"> • Registro internacional de patentes y marcas. • Registro de dominios para las páginas web. • Homologación ante clientes u organismos públicos y privados en el exterior. • Certificaciones de calidad para el extranjero. • Certificados ISO, en una entidad de certificación acreditada en el país destino o en España. En el caso de que la certificación sea por una entidad acreditada en España (ENAC -Entidad Nacional de Acreditación), deberá existir Acuerdo Multilateral de Reconocimiento (MLA - con el que los organismos de acreditación, de los países destino, reconocen la equivalencia de las acreditaciones de las entidades de España). • Certificado de renombre o notoriedad de marca para los mercados de destino. • Servicio de monitorización de infracciones de propiedad industrial e intelectual en mercados internacionales. • Cualquier otra certificación que incida en la gestión de la marca en los mercados de destino. • Contratación de servicios de Propiedad Industrial o despachos de abogados frente a las infracciones de derechos de marca en los mercados internacionales, incluidos arbitrajes, litigios, etc.) • En el caso de certificaciones y homologaciones, se admitirán pagos parciales por trabajos ya realizados, siempre y cuando sea contra la emisión de una factura.
Conceptos excluidos	<ul style="list-style-type: none"> • Registro de patentes y marcas a nivel nacional • Servicio de vigilancia para mantenimiento de la marca o patente y / o renovación de la misma



UNIÓN EUROPEA

6. CONSULTORÍA PARA LA ADECUACIÓN DE LA MARCA A LOS MERCADOS DE DESTINO

Conceptos subvencionables	<ul style="list-style-type: none">• Asesoramiento para la racionalización de la cartera de productos y marcas.• Consultoría de branding (incluido el rebranding) para afrontar el proceso de la internacionalización de la marca.
Conceptos excluidos	<ul style="list-style-type: none">• Gastos de desplazamiento y dietas del consultor.• Acciones destinadas al mercado nacional

4

Gastos no elegibles: consideraciones generales

La siguiente tipología de gastos es considerada como no elegibles dentro del Programa GMI:

- En ningún caso se admitirá como gasto elegible actividades destinadas al mercado nacional.
- Sólo se considerarán los gastos facturados por terceros, quienes no podrán estar vinculados a la empresa.
- Están excluidos los costes internos de la empresa, así como cualquier otro producto y/o servicio realizado costes por personal de la empresa, representantes legales, apoderados, etc....
- Contribuciones en especie y pagos en efectivo o por algún medio no admitido en la convocatoria.
- Todos los gastos / inversiones realizados con anterioridad a la comunicación por parte de la Cámara de inicio de la Fase II del Programa a la empresa, serán considerados como gastos no elegibles.
- Gastos de personal propio, incluyendo las actividades de formación.
- Costes internos de la empresa, ni sus propios productos o servicios, así como los de aquellos que se refieran a personas o empresas vinculadas a ella.
- Adaptaciones a nuevas versiones de las Normas, así como gastos derivados del mantenimiento o renovación de certificados.
- Gastos asociados al transporte del material adquirido.
- Gastos financieros producidos como consecuencia de inversiones realizadas.
- Gastos derivados de la compra de software genérico

5 Justificación de gastos

La empresa deberá presentar a la Unidad de Gestión de la Cámara de Comercio el original de la documentación para proceder a escaneo. Los documentos que se aporten serán los escaneados de los originales.

FASE II	Gastos Fase: II – A Consultoría II – B Implementación	<ol style="list-style-type: none">1. Convenio de participación de la empresa en el Programa (Anexo 8)2. Modelo contrato empresa - consultor (Anexo 26)3. Facturas pagadas4. Justificante de pago5. Extracto bancario6. Evidencia del gasto realizado
----------------	---	---

Se tendrán en cuenta las siguientes consideraciones:

1. **Facturas:** facturas debidamente cumplimentadas. Para que una factura se considere cumplimentada debe contener:
 - Fecha de la factura
 - Número de la factura
 - Razón Social y NIF del emisor y de la entidad beneficiaria
 - Descripción del gasto incurrido en la factura
 - Importe unitario
 - Detalle del IVA o del IRPF en su caso, etc.

2. **Justificante de Pago:** La justificación de los pagos realizados se realizará mediante documento bancario, no siendo admitidos los pagos realizados en efectivo.

Formas de pago aceptadas:

- a) Pagos realizados mediante transferencia: copia de la orden de transferencia, así como de extracto bancario donde se pueda comprobar

claramente el descuento de la orden de transferencia aportada. No son elegibles las comisiones bancarias por este concepto. En el caso de transferencias realizadas a través de banca electrónica, el pago se podrá acreditar mediante documento bancario en el que se haga mención expresa a los siguientes conceptos:

- 1) Fecha-Valor del pago
- 2) Identificación del beneficiario del pago y del ordenante del mismo: el ordenante del pago debe ser el beneficiario de la ayuda (coincidencia CIF y denominación social).
- 3) Concepto en que se ordena el pago, con remisión, en su caso, al número o números de facturas a que corresponde (si el documento de pago como tal no hace referencia a la/s factura/s, deberá ir acompañado de la documentación complementaria que permita verificar la correspondencia entre gasto y pago)

No obstante, no se aceptarán aquellos documentos de pago que, aun siendo conformes con los requisitos formales señalados anteriormente, no permitan identificar claramente las facturas vinculadas al proyecto a las que corresponden

- b) Pagos realizados mediante cheque bancario: copia del cheque bancario y copia del extracto bancario donde se pueda verificar el correspondiente cargo en la cuenta bancaria de la entidad beneficiaria.
- c) Pagos realizados mediante pagaré: copia del pagaré y copia de extracto bancario donde se pueda verificar el correspondiente cargo en la cuenta bancaria de la entidad beneficiaria. No es prueba suficiente de pago efectivo el posible descuento del pagaré que el proveedor haya podido realizar en una entidad bancaria, es decir, el pago efectivo no quedará acreditado hasta que se aporte el cargo del importe en la cuenta de la entidad beneficiaria.

- d) Pagos realizados mediante tarjeta de titularidad de la entidad beneficiaria: copia tanto del recibo mensual de la tarjeta como del extracto bancario donde se pueda verificar el descuento de dicho extracto.
- e) Pagos realizados mediante confirming: contrato del cliente (beneficiario) con la entidad financiera, pago del cliente (beneficiario) a la entidad financiera, pago de la entidad financiera al proveedor.
- f) Pagos realizados mediante factoring: contrato entre proveedor (acreedor) y la empresa de factoring, justificante de ingreso en la cuenta del acreedor, del importe acordado en el contrato anterior, notificación de cesión de la deuda al deudor (empresa beneficiaria), justificante de pago del beneficiario a la entidad financiera del importe de la cesión.
- g) Pagos en efectivo: no se admitirán pagos en efectivo ni los no justificados mediante los documentos señalados en los apartados anteriores.

3. Evidencias de los gastos.

- En el caso de los gastos vinculados a la Fase II de Consultoría, ejemplar del informe realizado
- En el caso de bienes intangibles, evidencia del gasto realizado (informe, estudio, encuesta, etc.)
- En el resto de casos, prueba gráfica fechada del bien adquirido

Nota: Se podrá solicitar las evidencias de gastos que se consideren oportunas para demostrar la realidad del gasto realizado.

- 4. **Extracto bancario:** extractos bancarios acreditativos de los pagos donde figure el cargo en cuenta de los mismos.
- 5. **Impuestos indirectos.** Todos los impuestos indirectos (IVA, IGIC e impuestos de naturaleza similar) que tengan la condición legal de recuperables, no se considerarán subvencionables, con independencia de que no se recuperen “de facto”.



UNIÓN EUROPEA

6. Las **contribuciones en especie** no serán en ningún caso, subvencionables.
7. Las empresas beneficiarias, en la medida en que deben respetar en las contrataciones que realicen los principios de publicidad, concurrencia, transparencia, confidencialidad, igualdad y no discriminación, deberán solicitar como mínimo tres ofertas de diferentes proveedores cuando el importe de gasto subvencionable sea superior a 18.000 euros (de conformidad con lo previsto en el artículo 31 de la Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones). En este sentido, deberían (i) documentarse las solicitudes de tres ofertas de proveedores diferentes; (ii) conservarse los presupuestos recibidos; (iii) justificarse convenientemente las elecciones realizadas.
8. Debe tenerse en cuenta asimismo que cuando se adquieran bienes y servicios mediante contratos públicos no serán subvencionables:
 - Los descuentos efectuados.
 - Los pagos efectuados por el contratista a la Administración en concepto de tasa de dirección de obra, control de calidad o cualesquiera otros conceptos que supongan ingresos o descuentos que se deriven de la ejecución del contrato.
 - Los pagos efectuados por el beneficiario que se deriven de modificaciones de contratos públicos mientras que no se admita su subvencionabilidad por la Dirección General de Fondos Comunitarios.