

ANEXO I: DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA GESTIÓN DE MARCA PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN (GMI)

El Programa GMI se basa en un asesoramiento personalizado a la Pyme sobre la competitividad de su marca de cara a la internacionalización y tiene como objetivo principal contribuir a la mejora de la competitividad internacional de las empresas, mediante la adopción de una cultura a favor de la marca como herramienta estratégica de competitividad y diferenciación en el proceso de internacionalización.

El Programa consta de las siguientes fases:

- **Fase I de Asesoramiento:** en la cual se valorará la competitividad de la marca de la empresa de cara a la internacionalización a través de un diagnóstico que constará de las siguientes partes:
 - Análisis de la situación inicial de la empresa
 - Análisis interno de la empresa
 - Análisis de la propuesta de valor para el mercado objetivo.

El resultado final de la Fase de Asesoramiento quedará plasmado en un informe en el que se reflejarán, entre otros, los siguientes contenidos: la información recogida a lo largo del diagnóstico y posibles áreas de mejora, información de los tres mercados seleccionados por la empresa y el índice GMI (potencial de la marca para la gestión internacional).

El plazo máximo de ejecución de la Fase I será de dos meses.

- **Fase de Ayudas para implementación de las medidas:** consiste en un conjunto de apoyos destinados a implementar las medidas y recomendaciones que surjan de la fase de consultoría para el refuerzo de la marca como palanca de competitividad para la internacionalización.

La empresa participante en esta fase contará con un presupuesto máximo (IVA excluido) de 7.000 € y un plazo máximo para su ejecución de 6 meses. En el anexo correspondiente a Gastos Elegibles se detallan los conceptos subvencionables en el Programa.