

Xpande Digital

Plantillas de justificación de gastos Convocatoria Xpande Digital - 2025

Las empresas beneficiarias deberán evidenciar los trabajos realizados en la Fase II del programa, cumplimentando los apartados de la **plantilla individual** que le corresponda.

La Cámara de Comercio facilitará a la empresa beneficiaria la/s plantilla/s a utilizar, en función del gasto ejecutado. En el presente documento se incluyen, a modo informativo, todas las plantillas de los gastos elegibles.

Anexo V.2 de la Convocatoria



Plantilla de justificación G1

**Modificación o elaboración de una
PÁGINA WEB, TIENDA ONLINE, APP,
MICROSITE Y/O LANDING PAGE**

ÍNDICE

REQUISITOS MÍNIMOS	3
PAÍS OBJETIVO	4
PROVEEDOR	4
IDIOMA	4
ESTRUCTURA DEL SITIO WEB	4
URL.....	4
Tecnología.....	4
Check list Optimización en Motores de Búsqueda	5
Experiencia del Usuario Internacional	5
Análítica Web.....	5
COSTE	5
EVIDENCIAS	6
Imágenes con URL de la página web, microsite, landing page o tienda online	6

REQUISITOS MÍNIMOS

- Debe tener como objetivo vender online/posicionar de forma online los productos/servicios de la empresa en el mercado internacional objetivo seleccionado.
- Este concepto de gasto **no será elegible** en los casos en los que el mercado objetivo seleccionado tenga **idioma oficial español**.
- Sólo se admitirá el coste de páginas web, microsite, landing page o tienda online destinadas a la promoción/venta online de los productos/servicios de la empresa en el mercado exterior elegido.
- Debe disponer, en todo caso, de un idioma extranjero: puede ser el idioma oficial del mercado u otro idioma extranjero, siempre que se justifique su uso en el país (deberá exponer en la justificación las razones que llevan a la empresa a utilizar ese idioma en lugar del idioma oficial).
- Debe estar preparada para la correcta indexación por parte de los motores de búsqueda.
- Debe estar preparada para poder visualizarse correctamente en ordenador, móvil y Tablet, con una velocidad de carga aceptable.
- Debe cumplir los requisitos legales de cookies y protección, de acuerdo con la legislación vigente.
- Debe incorporar algún sistema de analítica web que permita a la empresa disponer de resultados.
- En el caso de página web deberá tener CMS.
- En el caso de landing page o microsite deberá demostrarse que está vinculada a una campaña en el mercado internacional elegido. Además, deberán presentarse pantallazos de las landing page/microsite en los que se vean claramente las fechas en las que han estado publicadas.
- En el caso de tienda online, deberá demostrarse que se centra en el mercado elegido.
- En el caso de modificaciones, es obligatorio incorporar pantallazos de aquellos elementos que sufran mejoras tras haber sido apoyados por el Programa (pantallazos antes y después de recibir el apoyo), para que se pueda observar de manera clara el beneficio del Programa para la empresa.
- Será necesario incluir el logotipo FEDER para reflejar adecuadamente la financiación de dichos elementos por los Fondos comunitarios.
- Se deberán evidenciar los trabajos realizados cumplimentando los apartados de esta plantilla, teniendo en cuenta lo indicado en la guía de gastos elegibles. Adicionalmente, la empresa podrá aportar aquella otra información que considere adecuada.
- En caso de necesidad, se podrá requerir a la empresa ampliación de aquella información que sea necesaria.

PAÍS OBJETIVO

Indique el país objetivo:

PROVEEDOR

Indique el nombre del proveedor y su página web (si la tuviera):

Nombre del proveedor	Página web

IDIOMA

Indique el/los idioma/s en los que se ha desarrollado el contenido del sitio web:

En el caso de no ser el idioma oficial del mercado, justificar a continuación su elección.

ESTRUCTURA DEL SITIO WEB

Indique la siguiente información:

Actuación Indique si es página web, microsite, landing page o tienda online.
URL Indique su URL.
Tecnología Explique qué tecnología se ha utilizado para el desarrollo de la actuación. En el caso de página web, si dispone de un gestor de contenidos (CMS), especificando cuál es y mostrando un pantallazo. En el caso de tienda online, la tecnología sobre la que se basa.

Check list Optimización en Motores de Búsqueda

Marque con una X los puntos que se han trabajado para la correcta indexación en los motores de búsqueda:

Check list indexación

Se ha implementado el archivo robots.txt	
Se ha implementado el <i>metatag description</i> en todas las páginas del sitio web	
Se ha dado de alta la web en Google Search Console, o en la consola de búsqueda de otros motores de búsqueda internacionales	
Se ha implementado el archivo sitemap.xml	

Experiencia del Usuario Internacional

Indique los puntos clave que dispone el sitio web en cuanto a experiencia del usuario internacional.

Analítica Web

Indique qué sistema de analítica web se ha utilizado para medir los resultados.

COSTE

Indique el importe de la/s factura/s correspondiente al gasto:

Número de factura	Importe (sin IVA)

EVIDENCIAS

Adjuntar capturas de pantalla con URL de la página web, microsite, landing page o tienda online.

Inserte una captura de pantalla de:

- **Home page**
- **Una página de producto/servicio**
- **La página que incorpora el logo FEDER y su lema.**

En el caso de modificaciones, incorporar pantallazos de aquellos elementos que sufran mejoras tras haber sido apoyados por el Programa (pantallazos antes y después de recibir el apoyo), para que se pueda observar de manera clara el beneficio del Programa para la empresa.

La captura de pantalla debe mostrar la barra de direcciones con sus correspondientes URLs y la fecha de la captura de la pantalla que muestra el ordenador.

La captura debe tener calidad suficiente para que se pueda visualizar bien el contenido de cada una de las tres páginas.

Las imágenes se deben visualizar correctamente. Es recomendable que cada pantallazo se recoja en orientación horizontal en una hoja independiente que se incorpora al final de esta plantilla.

Anexo V.2 de la Convocatoria



Plantilla de justificación G2

**Alta, gestión de cuentas
y marketing online en
MARKETPLACES Y OTRAS PLATAFORMAS
DE E-COMMERCE**

ÍNDICE

REQUISITOS MÍNIMOS	3
PAÍS OBJETIVO	4
ALTA Y GESTIÓN DE CUENTAS	4
Marketplaces / plataformas de e-Commerce	4
Gestión de cuentas	4
Proveedor	4
Coste	4
PROYECTOS DE AGREGACIÓN	5
Proyecto	5
Proveedor	5
Coste	5
INTEGRACIÓN DE SISTEMAS DE GESTIÓN INTERNOS Y EXTERNOS	6
Proveedor	6
Coste	6
EVIDENCIAS	6

REQUISITOS MÍNIMOS

- Gastos de alta, gestión de cuentas y marketing online de los productos en marketplaces (plataformas intermediarias entre compradores y vendedores como, por ejemplo, Amazon, Ebay, Aliexpress (B2C), Alibaba.com (B2B) ...) y otras plataformas, como comparadores de precios, con presencia en el mercado seleccionado.
- No se admitirán gastos relacionados con la venta online en el mercado nacional.
- Gastos de apertura de cuentas, gestión de cuentas y marketing, relacionados con la participación de la empresa en proyectos de agregación en marketplaces en el mercado seleccionado. Los proyectos de agregación se consideran elegibles cuando un grupo de empresas participa en un Marketplace en el mercado seleccionado a través de una cuenta de una entidad de agregación. En el caso de gestión interna de cuentas y actividades de marketing digital por parte de la empresa sólo se admitirán los gastos procedentes de terceros, nunca gastos internos de la empresa.
- En el caso de contratación a terceros de la gestión de cuentas y actividades de marketing digital se podrán apoyar los servicios prestados por los profesionales y empresas especializadas, así como las facturas pagadas directamente a los marketplaces y plataformas de e-Commerce.
- Costes derivados de la integración de sistemas internos (ERP/CRM) y sistemas externos (marketplaces/plataformas)
En el caso de gastos relativos a la integración de sistemas de gestión internos (ERP / CRM) con sistemas de marketplaces y plataformas de venta online se debe justificar el sistema seguido para la integración y las compras/contrataciones realizadas.
- Se admitirán los gastos de servicios contratados a empresas y profesionales especializados en e-Commerce para el diseño de la estrategia de e-Commerce y la gestión de cuentas en marketplaces y otras plataformas.
En el caso de que las facturas de los marketplaces y plataformas de e-Commerce estuvieran a nombre del proveedor y no de la empresa beneficiaria, será necesario que el proveedor detalle en un documento el desglose de los importes correspondientes a sus servicios y al coste de las facturas remitidas por los marketplaces y plataformas de e-Commerce correspondientes al trabajo desarrollado con el objetivo de vender online en el mercado seleccionado.
- Se deberán evidenciar los trabajos realizados cumplimentando los apartados de esta plantilla, teniendo en cuenta lo indicado en la guía de gastos elegibles. Adicionalmente, la empresa podrá aportar aquella otra información que considere adecuada.
- En caso de necesidad, se podrá solicitar a la empresa ampliación de aquella información que sea necesaria.

PAÍS OBJETIVO

Indique el país objetivo:

ALTA Y GESTIÓN DE CUENTAS

Marketplaces / plataformas de e-Commerce

Indique el /los marketplaces / plataformas de e-Commerce

Gestión de cuentas

Indique cómo es la gestión de cuentas (marcar con una x)

Interna	<input type="checkbox"/>
Externa	<input type="checkbox"/>
Mixta	<input type="checkbox"/>

Proveedor

Si tiene contratada externamente la gestión de cuentas, indique el nombre del proveedor, página web y describa los servicios que le presta:

Nombre del proveedor	Página web	Descripción del servicio prestado

Indique la **categoría de producto/servicio** ofertado en el Marketplace/plataforma de e-Commerce

¿Realiza **actividades de marketing digital** para promocionar sus productos en el Marketplace / plataforma de e-Commerce. Si es así, indique qué actividades realiza y con qué frecuencia.

Actividades	Frecuencia

Coste

Indique el importe de la/s factura/s correspondiente al gasto:

Número de factura	Importe (sin IVA)

PROYECTOS DE AGREGACIÓN

Si el gasto que presenta es su participación en un proyecto de agregación en un Marketplace en el mercado objetivo, indique el Marketplace, nombre de la tienda, entidad agregadora y productos que ofrece.

Proyecto

Marketplace	Nombre del proyecto
Entidad agregadora	Productos ofertados

Explique el proyecto de agregación:

Explique a qué corresponde el/los gasto/s que presenta:

Proveedor

Indique el nombre del proveedor y su página web (si la tuviera):

Nombre del proveedor	Página web

Coste

Indique el importe de la/s factura/s correspondiente al gasto:

Número de factura	Importe (sin IVA)

INTEGRACIÓN DE SISTEMAS DE GESTIÓN INTERNOS Y EXTERNOS

Si el gasto que presenta es la integración de sus sistemas de gestión internos (ERP / CRM) con sistemas de gestión externos (marketplaces / plataformas de e-Commerce), indique el proveedor que ha contratado y describa los trabajos realizados.

Proveedor

Nombre del proveedor	Página web	Descripción del servicio prestado

Coste

Indique el importe de la/s factura/s correspondiente al gasto:

Número de factura	Importe (sin IVA)

EVIDENCIAS

Imágenes con URL de su tienda/proyecto de agregación en el que participa en los marketplaces

Adjuntar capturas de pantalla con URL de sus productos en el Marketplace o en el proyecto de integración en el que participa en el Marketplace o plataforma de e-Commerce en el mercado seleccionado.

La captura de pantalla debe mostrar la barra de direcciones con sus correspondientes URLs y la fecha de la publicación (fecha de la captura de la pantalla que muestra el ordenador).

La captura debe tener calidad suficiente para que se pueda visualizar bien el contenido de cada una de las tres páginas.

Las imágenes se deben visualizar correctamente. Es recomendable que cada pantallazo se recoja en orientación horizontal en una hoja independiente que se incorpora al final de esta plantilla.

Anexo V.2 de la Convocatoria



Plantilla de justificación G3

**Diseño y creación de campañas
de publicidad online (SEM)
en Google Ads y/o plataformas PPC internacionales,
así como contratación de publicidad online
en el país objetivo**

ÍNDICE

REQUISITOS MÍNIMOS	3
PAÍS OBJETIVO	4
PROVEEDOR	4
BRIEFING DE CAMPAÑAS	4
Orientación de las campañas	4
Objetivos de las campañas	4
Productos/servicios objeto de la promoción	4
Público Objetivo (target principal)	4
Segmentación geográfica.....	4
DURACIÓN Y PRESUPUESTO	5
Horizonte temporal	5
Presupuesto	5
ESTRUCTURA DE LAS CAMPAÑAS	5
Tipos de campañas	5
COSTES DE LAS CAMPAÑAS	5
EVIDENCIAS DE LAS CAMPAÑAS	6

REQUISITOS MÍNIMOS

- Sólo se admitirá el coste de las campañas online destinadas a la promoción de los productos/servicios de la empresa en el mercado exterior seleccionado.
- El coste de diseño y creación de campañas no podrá superar el 50% de la inversión en campañas.

Si este coste fuera superior se deberá solicitar previamente autorización a su Cámara de Comercio territorial, quien lo elevará a la Unidad de Gestión del Programa en Cámara de Comercio de España, que estudiará el caso y determinará su aprobación o no.

- Las facturas de Google/plataformas PPC a nombre de la empresa beneficiaria se presentan como gasto, junto con la factura de la empresa o profesional especializado los servicios de diseño, creación y desarrollo de campañas, si lo hubiera.

En el caso de tener contratado un proveedor y las facturas de Google/plataformas PPC estén a nombre del proveedor, y no de la empresa beneficiaria, será necesario que el proveedor detalle en un documento el desglose de los importes correspondientes a sus servicios y al coste de las facturas remitidas por Google/plataformas PPC internacionales correspondientes a las campañas de la empresa beneficiaria en el mercado seleccionado.

- Se deberán evidenciar los trabajos realizados cumplimentando los apartados de esta plantilla, teniendo en cuenta lo indicado en la guía de gastos elegibles. Adicionalmente, la empresa podrá aportar aquella otra información que considere adecuada.
- En caso de necesidad, se podrá solicitar a la empresa ampliación de aquella información que sea necesaria.

PAÍS OBJETIVO

Indique el país objetivo:

PROVEEDOR

Indique el nombre del proveedor y su página web (si la tuviera):

Nombre del proveedor	Página web

BRIEFING DE CAMPAÑAS

Orientación de las campañas

Descripción de las cuatro variables básicas de la orientación de las campañas:

Objetivos de las campañas Resuma el/los objetivo/s principales que se pretende alcanzar con esta acción
Productos/servicios objeto de la promoción Describa el/los productos/servicios al que van dirigidas las campañas
Público Objetivo (target principal) Segmente claramente el target al que van dirigidas las campañas
Segmentación geográfica Identifique el país de acción y, si cabe, segmente regiones y/o ciudades donde se desarrollan las campañas

DURACIÓN Y PRESUPUESTO

Horizonte temporal

Defina el horizonte temporal de las campañas, y estacionalidad, si cabe

Presupuesto

Defina el presupuesto destinado, en euros o en la moneda del país correspondiente.

ESTRUCTURA DE LAS CAMPAÑAS

Descripción de los tipos de campañas y sus grupos de anuncios.

Tipos de campañas

Describa la tipología de campañas escogidas: búsqueda, display, video, etc.

COSTES DE LAS CAMPAÑAS

Factura de la plataforma SEM		Factura de creación, diseño y desarrollo de las campañas por parte del proveedor especializado	
Número de factura	Importe (sin IVA)	Número de factura	Importe (sin IVA)

EVIDENCIAS DE LAS CAMPAÑAS

Capturas de pantalla con URL de cada una de las campañas realizadas.

Inserte a continuación capturas de pantalla de cada una de las campañas realizadas, mostrando la barra de direcciones con sus correspondientes URLs y la fecha de la captura de la pantalla que muestra el ordenador.

Las capturas deben reflejar ejemplos de las campañas realizadas.

Las imágenes se deben visualizar correctamente. Es recomendable que cada pantallazo se recoja en orientación horizontal en una hoja independiente que se incorpora al final de esta plantilla.

Para cada campaña, indique:

Nombre campaña:

Motor de búsqueda:

Captura de pantalla:

Nombre campaña:

Motor de búsqueda:

Captura de pantalla:

...

Anexo V.2 de la Convocatoria



Plantilla de justificación G4

**Implementación de acciones
de posicionamiento orgánico (SEO)
derivadas de la Fase de asesoramiento**

ÍNDICE

REQUISITOS MÍNIMOS	3
PAÍS OBJETIVO	4
PROVEEDOR	4
ACCIONES DE SEO On-Page	4
Rastreo e Indexación	4
Contenidos de SEO Internacional	4
ACCIONES DE SEO Off-Page	5
Ranking SEO	5
COSTE	5

REQUISITOS MÍNIMOS

- Costes asociados a la implementación de mejoras relativas al posicionamiento orgánico de página web, tienda online ... derivadas de las debilidades identificadas durante el análisis realizado en la fase de asesoramiento de Xpande Digital.

Estas acciones de posicionamiento orgánico deberán venir derivadas de la fase de asesoramiento del programa.

- Se deberán evidenciar los trabajos realizados cumplimentando los apartados de esta plantilla, teniendo en cuenta lo indicado en la guía de gastos elegibles. Adicionalmente, la empresa podrá aportar aquella otra información que considere adecuada.
- En caso de necesidad, se podrá solicitar a la empresa ampliación de aquella información que sea necesaria.

PAÍS OBJETIVO

Indique el país objetivo:

PROVEEDOR

Indique el nombre del proveedor y su página web (si la tuviera):

ACCIONES DE SEO On-Page

Especifique la siguiente información:

Rastreo e Indexación

Indique qué puntos de programación se han implementado o modificado para el correcto rastreo y posterior indexación en los motores de búsqueda.

Contenidos de SEO Internacional

Explique la estrategia en idiomas que se ha seguido en cuanto a contenidos y palabras clave, en base al país objetivo.

ACCIONES DE SEO Off-Page

Especifique la siguiente información:

Ranking SEO

Indique que acciones off-page se han realizado para mejorar los rankings de SEO en el país destino.

COSTE

Indique el importe de la/s factura/s correspondiente al gasto:

Número de factura	Importe (sin IVA)

Anexo V.2 de la Convocatoria



Plantilla de justificación G5

**Preparación de la Analítica Web:
integración general,
configuración de objetivos y conversiones**

ÍNDICE

REQUISITOS MÍNIMOS	3
PAÍS OBJETIVO	4
PROVEEDOR	4
CONFIGURACIÓN DE LA ANALÍTICA WEB	4
Software de Analítica Web	4
URL.....	4
Configuración de objetivos/conversiones.....	4
COSTE	4
EVIDENCIAS	5

REQUISITOS MÍNIMOS

- Gastos relacionados con la implementación de sistemas de analítica web que permita a la empresa recopilar, medir, analizar y reportar datos sobre el tráfico web y la efectividad de sus actuaciones: integración general, configuración de objetivos y conversiones.
- Integración general, configuración de objetivos y conversiones.
- Se deberán evidenciar los trabajos realizados cumplimentando los apartados de esta plantilla, teniendo en cuenta lo indicado en la guía de gastos elegibles. Adicionalmente, la empresa podrá aportar aquella otra información que considere adecuada.
- En caso de necesidad, se podrá solicitar a la empresa ampliación de aquella información que sea necesaria.

PAÍS OBJETIVO

Indique el país objetivo:

PROVEEDOR

Indique el nombre del proveedor y su página web (si la tuviera):

Nombre del proveedor	Página web

CONFIGURACIÓN DE LA ANALÍTICA WEB

Indique la siguiente información:

Software de Analítica Web Indique qué programa/s y versiones de analítica web se han implementado
URL Indique la URL de la página web, microsite, landing page o tienda online donde está insertado el código
Configuración de objetivos/conversiones Indique cuales son los objetivos/conversiones que se han configurado

COSTE

Indique el importe de la/s factura/s correspondiente al gasto:

Número de factura	Importe (sin IVA)

EVIDENCIAS

Inserte una captura de pantalla del **código de seguimiento implementado** en la web, microsite, landing page o tienda online

Inserte a continuación una captura de pantalla de **los objetivos / conversiones que se han configurado.**

Las capturas de pantalla deben mostrar la barra de direcciones con sus correspondientes URLs y la fecha de la captura de la pantalla que muestra el ordenador.

La captura debe tener calidad suficiente para que se pueda visualizar bien el contenido de cada una de las tres páginas.

Las imágenes se deben visualizar correctamente. Es recomendable que cada pantallazo se recoja en orientación horizontal en una hoja independiente que se incorpora al final de esta plantilla.

Anexo V.2 de la Convocatoria



Plantilla de justificación G6

Acciones de Inbound Marketing

ÍNDICE

REQUISITOS MÍNIMOS	3
PAÍS OBJETIVO	4
PROVEEDOR	4
ENFOQUE Y ESTRATEGIA	4
Segmentos a los que se dirigen las acciones y contenidos de interés	4
Estrategia	4
Formatos y tipos de contenido	4
COSTE	4
Número de factura	4
Importe (sin IVA)	4
EVIDENCIAS	5

REQUISITOS MÍNIMOS

- Coste relacionado con la generación de contenido de valor para atraer a los clientes hacia la página web, landing page, tienda online ... de la empresa en el mercado exterior seleccionado.
- Los contenidos deben dirigirse expresamente al mercado objetivo seleccionado. Y deberán justificarse con las URLs que muestren su publicación en dicho mercado.
- Esta categoría de gasto **no será elegible** en los casos en los que el mercado objetivo seleccionado tenga **idioma oficial español**.
- Se deberán evidenciar los trabajos realizados cumplimentando los apartados de esta plantilla, teniendo en cuenta lo indicado en la guía de gastos elegibles. Adicionalmente, la empresa podrá aportar aquella otra información que considere adecuada.
- En caso de necesidad, se podrá solicitar a la empresa ampliación de aquella información que sea necesaria.

PAÍS OBJETIVO

Indique el país objetivo:

PROVEEDOR

Indique el nombre del proveedor y su página web (si la tuviera):

Nombre del proveedor	Página web

ENFOQUE Y ESTRATEGIA

Indique la siguiente información:

<p>Segmentos a los que se dirigen las acciones y contenidos de interés</p> <p>Defina claramente el target y segmentos a los que van dirigidas las acciones y qué contenidos interesan a cada uno de estos segmentos.</p>
<p>Estrategia</p> <p>Describa los puntos principales de la estrategia de Inbound Marketing, especialmente en cuanto al ciclo de vida del cliente e integración con la estrategia SEO</p>
<p>Formatos y tipos de contenido</p> <p>Describa los tipos de contenidos que se han realizado, como por ejemplo infografías, videos, blog u otros formatos utilizados</p>

COSTE

Indique el importe de la/s factura/s correspondiente al gasto:

Número de factura	Importe (sin IVA)

EVIDENCIAS

Adjuntar capturas de pantalla con URL donde se muestren los contenidos que se han insertado en la página web, en redes sociales, o en otras ubicaciones.

La captura de pantalla debe mostrar la barra de direcciones con sus correspondientes URLs y la fecha de la captura de la pantalla que muestra el ordenador.

La captura debe tener calidad suficiente para que se pueda visualizar bien el contenido de cada una de las tres páginas.

Las imágenes se deben visualizar correctamente. Es recomendable que cada pantallazo se recoja en orientación horizontal en una hoja independiente que se incorpora al final de esta plantilla.

Anexo V.2 de la Convocatoria



Plantilla de justificación G7

**Diseño y creación de campañas
en Redes Sociales (SMM).**

ÍNDICE

REQUISITOS MÍNIMOS	3
PAÍS OBJETIVO	4
PROVEEDOR	4
BRIEFING DE CAMPAÑAS	4
Orientación de las campañas	4
Objetivos de las campañas	4
Productos/servicios objeto de la promoción	4
Público Objetivo (target principal)	4
Segmentación geográfica	4
DURACIÓN Y PRESUPUESTO	5
Horizonte temporal	5
Presupuesto	5
PLATAFORMAS Y ESTRUCTURA DE LAS CAMPAÑAS	5
Redes sociales activas y perfiles de la empresa	5
Redes sociales	5
Perfil de la empresa	5
Descripción de los tipos de campañas y sus grupos de anuncios	5
Tipos de campañas	5
COSTES DE LAS CAMPAÑAS	5
EVIDENCIAS DE LAS CAMPAÑAS	6

REQUISITOS MÍNIMOS

- Sólo se admitirá el coste de las campañas destinadas a la promoción de los productos/servicios de la empresa en el mercado exterior objetivo.
- El coste de **diseño y creación** de campañas no podrá superar el 50% de la inversión en campañas.

Si este coste fuera superior deberá solicitar previamente autorización a su Cámara de Comercio territorial, quien lo elevará a la Unidad de Gestión del Programa en Cámara de Comercio de España, que estudiará el caso y determinará su aprobación o no.

- Las facturas de las plataformas de Redes Sociales (Facebook, Instagram, Youtube ...) a nombre de la empresa beneficiaria se presentan como gasto, junto con la factura de la empresa o profesional especializado los servicios de diseño, creación y desarrollo de campañas, si lo hubiera.

En el caso de tener contratado un proveedor y las facturas de las plataformas estén a nombre del proveedor, y no de la empresa beneficiaria, será necesario que el proveedor presente junto con su factura un documento en el que detalle el desglose de los importes correspondientes a sus servicios y al coste de las facturas remitidas por las plataformas de Redes Sociales correspondientes a las campañas de la empresa beneficiaria en el mercado seleccionado.

- Se deberán evidenciar los trabajos realizados cumplimentando los apartados de esta plantilla, teniendo en cuenta lo indicado en la guía de gastos elegibles. Adicionalmente, la empresa podrá aportar aquella otra información que considere adecuada.
- En caso de necesidad, se podrá solicitar a la empresa ampliación de aquella información que sea necesaria.

PAÍS OBJETIVO

Indique el país objetivo:

PROVEEDOR

Indique el nombre del proveedor y su página web (si la tuviera):

Nombre del proveedor	Página web

BRIEFING DE CAMPAÑAS

Orientación de las campañas

Descripción de las cuatro variables básicas de la orientación de las campañas:

Objetivos de las campañas Resuma el/los objetivo/s principales que se pretende alcanzar con esta acción
Productos/servicios objeto de la promoción Describa el/los productos/servicios al que van dirigidas las campañas
Público Objetivo (target principal) Segmente claramente el target al que van dirigidas las campañas
Segmentación geográfica Identifique el país de acción y, si cabe, segmente regiones y/o ciudades donde se desarrollan las campañas

DURACIÓN Y PRESUPUESTO

Horizonte temporal

Defina el horizonte temporal de las campañas, y estacionalidad, si cabe

Presupuesto

Defina el presupuesto destinado, en euros o en la moneda del país correspondiente.

PLATAFORMAS Y ESTRUCTURA DE LAS CAMPAÑAS

Redes sociales activas y perfiles de la empresa

Indique en qué redes sociales se han realizado las campañas publicitarias y especifique el perfil de la empresa en las mismas.

Redes sociales	Perfil de la empresa

Descripción de los tipos de campañas y sus grupos de anuncios

Tipos de campañas

Describa la tipología de campañas escogidas y actuaciones realizadas, especificando la red social en la que se han desarrollado las actuaciones.

COSTES DE LAS CAMPAÑAS

Factura de las plataformas utilizadas		Factura de creación, y diseño de las campañas por parte del proveedor especializado	
Número de factura	Importe (sin IVA)	Número de factura	Importe (sin IVA)

EVIDENCIAS DE LAS CAMPAÑAS

Capturas de pantalla con URL de cada una de las campañas realizadas.

Inserte a continuación capturas de pantalla de cada una de las campañas realizadas, mostrando la barra de direcciones con sus correspondientes URLs y la fecha de la captura de la pantalla que muestra el ordenador.

Las capturas deben reflejar ejemplos de las campañas realizadas.

Las imágenes se deben visualizar correctamente. Es recomendable que cada pantallazo se recoja en orientación horizontal en una hoja independiente que se incorpora al final de esta plantilla.

Para cada campaña, indique:

Nombre campaña:

Red social:

Captura de pantalla:

Nombre campaña:

Red social:

Captura de pantalla:

...

Anexo V.2 de la Convocatoria



Plantilla de justificación G8

**Traducciones necesarias
para la estrategia de internacionalización digital**

ÍNDICE

REQUISITOS MÍNIMOS	3
PAÍS OBJETIVO	4
PROVEEDOR	4
IDIOMA DE LA TRADUCCIÓN	4
CANTIDAD DE PALABRAS	4
COSTE UNIDAD	4
USO Y UBICACIÓN DE LAS TRADUCCIONES.....	4
COSTE	4
EVIDENCIAS.....	5
Captura de pantallas.....	5

REQUISITOS MÍNIMOS

- Gastos de traducción para contenido de página web, tienda online, oferta de productos en marketplaces, campañas de publicidad online, acciones de inbound marketing ... en el mercado exterior objetivo. Deberán justificarse con la **URL que muestre la publicación de estas traducciones**.
- Este concepto de gasto no será elegible en los casos en los que el mercado objetivo seleccionado tenga idioma oficial español.
- El idioma de la traducción debe corresponder con el idioma/s oficial/es del país objetivo.
- Si fuera necesario hacer la traducción en un idioma diferente al oficial, se deberá justificar expresamente su uso en el país (deberá exponer en la justificación las razones que llevan a la empresa a utilizar ese idioma en lugar del idioma oficial).
- Se deberán evidenciar los trabajos realizados cumplimentando los apartados de esta plantilla, teniendo en cuenta lo indicado en la guía de gastos elegibles. Adicionalmente, la empresa podrá aportar aquella otra información que considere adecuada.
- En caso de necesidad, se podrá solicitar a la empresa ampliación de aquella información que sea necesaria.

PAÍS OBJETIVO

Indique el país objetivo:

PROVEEDOR

Indique el nombre del proveedor y su página web (si la tuviera):

Nombre del proveedor	Página web

IDIOMA DE LA TRADUCCIÓN

Indique el idioma de la traducción:

En el caso de no ser el idioma oficial del mercado, justificar a continuación su elección.

CANTIDAD DE PALABRAS

Indique el número de palabras traducidas:

COSTE UNIDAD

Indique el precio unidad de la traducción (sin IVA):

USO Y UBICACIÓN DE LAS TRADUCCIONES

Especifique el uso de las traducciones y en qué medios/formatos se han utilizado (web, tienda online, anuncios, blogs, videos, infografías ...)

COSTE

Indique el importe de la/s factura/s correspondiente al gasto:

Número de factura	Importe (sin IVA)

EVIDENCIAS

Adjuntar capturas de pantalla con URL de la página web, microsite, landing page o tienda online donde se muestren los contenidos traducidos.

La captura de pantalla debe mostrar la barra de direcciones con sus correspondientes URLs y la fecha de la captura de la pantalla que muestra el ordenador.

La captura debe tener calidad suficiente para que se pueda visualizar bien el contenido de cada una de las tres páginas.

Las imágenes se deben visualizar correctamente. Es recomendable que cada pantallazo se recoja en orientación horizontal en una hoja independiente que se incorpora al final de esta plantilla.

Url:

Descripción de contenido:

Captura de pantalla:

Url:

Descripción de contenido:

Captura de pantalla:

...

Anexo IV.2 de la Convocatoria

Xpande Digital

Plantilla de justificación G9

Elaboración de fotos y videos

ÍNDICE

REQUISITOS MÍNIMOS	3
PAÍS OBJETIVO	4
PROVEEDOR	4
ELABORACIÓN DE FOTOS/VIDEOS	4
Uso	4
COSTE	4
Número de factura	4
Importe (sin IVA)	4
EVIDENCIAS	5

REQUISITOS MÍNIMOS

- Gastos correspondientes a la elaboración de fotos y videos para páginas, web, tiendas online, oferta de productos en marketplaces, inbound marketing, campañas publicitarias en buscadores y redes sociales y otras actuaciones de promoción digital.
- Para que estos gastos sean elegibles se debe **justificar la utilización** de las fotos y videos en acciones concretas de marketing digital/e-Commerce en el mercado objetivo.

Las fotos y los videos no son un fin en sí mismo, sino productos que se incorporan en el desarrollo de estas actuaciones.

- En la justificación del gasto hay que mostrar el uso que se les ha dado: página web, tienda online, oferta de productos en marketplaces, acciones de inbound marketing, campañas publicitarias ...
- Se deberán evidenciar los trabajos realizados cumplimentando los apartados de esta plantilla, teniendo en cuenta lo indicado en la guía de gastos elegibles. Adicionalmente, la empresa podrá aportar aquella otra información que considere adecuada.
- En caso de necesidad, se podrá solicitar a la empresa ampliación de aquella información que sea necesaria.

PAÍS OBJETIVO

Indique el país objetivo:

PROVEEDOR

Indique el nombre del proveedor y su página web (si la tuviera):

Nombre del proveedor	Página web

ELABORACIÓN DE FOTOS/VIDEOS

Indique si presenta elaboración de fotos o videos, describa su objetivo y muestre dónde se han utilizado.

Actuación Indique si justifica fotos o vídeos
Objetivo Describa el objetivo que persigue este gasto.
Uso Describa el uso de las fotos / vídeos que han realizado traducciones y en qué medios/formatos se han utilizado (web, tienda online, marketplaces, anuncios, acciones de inbound marketing ...)

COSTE

Indique el importe de la/s factura/s correspondiente al gasto:

Número de factura	Importe (sin IVA)

EVIDENCIAS

Adjuntar capturas de pantalla con URL de la página web, microsite, landing page o tienda online donde se muestre la utilización de las fotos/vídeos.

La captura de pantalla debe mostrar la barra de direcciones con sus correspondientes URLs y la fecha de la captura de la pantalla que muestra el ordenador.

La captura debe tener calidad suficiente para que se pueda visualizar bien el contenido de cada una de las tres páginas.

Las imágenes se deben visualizar correctamente. Es recomendable que cada pantallazo se recoja en orientación horizontal en una hoja independiente que se incorpora al final de esta plantilla.

Descripción de contenido:

Captura de pantalla:

Descripción de contenido:

Captura de pantalla:

Descripción de contenido:

Captura de pantalla:

...

Anexo V.2 de la Convocatoria



Plantilla de justificación G10

**Gastos de consultoría
y asesoramiento especializado
en internacionalización digital
(e-Commerce internacional y
posicionamiento digital internacional)**

ÍNDICE

REQUISITOS MÍNIMOS	3
PAÍS OBJETIVO	4
PROVEEDOR	4
SERVICIO OFRECIDO.....	4
ACTUACIONES	4
RESULTADOS	4
DURACIÓN	4
COSTE	4
EVIDENCIA.....	4

REQUISITOS MÍNIMOS

- Gastos correspondientes a la contratación de servicios de consultoría especializada para el diseño y desarrollo de estrategias de internacionalización (e-Commerce internacional y marketing digital internacional), no contempladas en las categorías anteriores.
- Gastos de consultoría especializada dirigida a desarrollar la estrategia definida en la Fase de Asesoramiento.
- El gasto tiene que estar propuesto en el Plan de Acción definido en la Fase de Asesoramiento y autorizado por la Unidad de Gestión de la Cámara de Comercio de España.

Para que estos gastos sean elegibles, la empresa debe justificarlos y **solicitar autorización a la Cámara de Comercio territorial**. La Cámara de Comercio remitirá la documentación a la Unidad de Gestión de la Cámara de España, quien lo analizará y decidirá su apoyo o no en virtud de las características del gasto, el objetivo del Programa y su elegibilidad en el marco de los Programas de apoyo a la internacionalización con financiación de los Fondos FEDER

- Junto con la justificación se ha de **presentar la autorización recibida de Cámara de Comercio de España**.
- Se deberán evidenciar los trabajos realizados cumplimentando los apartados de esta plantilla, teniendo en cuenta lo indicado en la guía de gastos elegibles. Adicionalmente, la empresa podrá aportar aquella otra información que considere adecuada.
- En caso de necesidad, se podrá solicitar a la empresa ampliación de aquella información que sea necesaria.

PAÍS OBJETIVO

Indique el país objetivo:

PROVEEDOR

Indique el nombre del proveedor y su página web (si la tuviera):

Nombre del proveedor	Página web

SERVICIO OFRECIDO

Describa con el máximo detalle el servicio ofrecido: ámbito de actuación, áreas, trabajo realizado...

ACTUACIONES

Indique con el máximo detalle las actuaciones realizadas durante el trabajo de consultoría / asesoramiento.

RESULTADOS

Describa con el máximo detalle los resultados y beneficios obtenidos por la empresa tras la prestación del servicio de consultoría / asesoramiento.

DURACIÓN

Determine el período de tiempo en el que se ha prestado el servicio de consultoría/asesoramiento

COSTE

Indique el importe de la/s factura/s correspondiente al gasto:

Número de factura	Importe (sin IVA)

EVIDENCIA

Adjunte copia de los informes o entregables resultantes del servicio de consultoría/asesoría

Anexo V.2 de la Convocatoria



Plantilla de justificación G11

**Otros gastos vinculados a la
internacionalización digital**

ÍNDICE

REQUISITOS MÍNIMOS	3
PAÍS OBJETIVO	4
PROVEEDOR	4
CONCEPTO DE GASTO	4
DESCRIPCIÓN DEL GASTO	4
ACTUACIONES	4
RESULTADOS	4
COSTE	4
EVIDENCIA.....	5

REQUISITOS MÍNIMOS

- Se podrán incluir otros gastos que no se recogen en epígrafes anteriores, siempre que cuenten con la aprobación de la Unidad de Gestión de la Cámara de Comercio de España.
- Para que estos gastos sean elegibles, la empresa debe justificarlos y **solicitar autorización a la Cámara de Comercio territorial**. La Cámara de Comercio remitirá la documentación a la Unidad de Gestión de la Cámara de España, quien lo analizará y decidirá su apoyo o no en virtud de las características del gasto, el objetivo del Programa y su elegibilidad en el marco de los Programas de apoyo a la internacionalización con financiación de los Fondos FEDER
- Junto con la justificación se ha de **presentar la autorización recibida de Cámara de Comercio de España**.
- Se deberán evidenciar los trabajos realizados cumplimentando los apartados de esta plantilla, teniendo en cuenta lo indicado en la guía de gastos elegibles.
- La empresa podrá aportar aquella otra información que considere adecuada.
- Se podrá solicitar a la empresa ampliación de aquella información que sea necesaria.

PAÍS OBJETIVO

Indique el país objetivo:

PROVEEDOR

Indique el nombre del proveedor y su página web (si la tuviera):

Nombre del proveedor	Página web

CONCEPTO DE GASTO

Indique el nombre y tipo de gasto presentado:

DESCRIPCIÓN DEL GASTO

Describa con el máximo detalle el gasto presentado.

ACTUACIONES

Indique con el máximo detalle las actuaciones realizadas en el desarrollo del gasto.

RESULTADOS

Describa con el máximo detalle los resultados y beneficios obtenidos por la empresa.

COSTE

Indique el importe de la/s factura/s correspondiente al gasto:

Número de factura	Importe (sin IVA)

EVIDENCIA

Adjunte cuanta documentación estime oportuna para acreditar la realización del gasto.