

GUIÓN PARA LA ELABORACIÓN DE UNA NOTA SIMPLE SOBRE EL ESTADO DE SITUACIÓN DEL PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA

Este guion está dirigido a empresas que no posean un Plan de Internacionalización o Documento de Diagnóstico de Internacionalización. Su objetivo es valorar el grado de madurez de la actividad exterior de la empresa solicitante del Programa de Asesoramiento para la Elaboración del Plan de Marketing Digital Internacional.

Las empresas deberán abordar los siguientes cuatro apartados, profundizando en mayor o menor medida en los detalles que se indican a modo de orientación, en función de la información disponible en cada caso.

- 1. Descripción de la empresa y su actividad. (Max. 1.5 páginas):** se tratará de abordar aspectos como la trayectoria de la empresa (antecedentes, localización, situación actual); la definición del negocio: ¿qué se vende, dónde, a quién, a través de qué canales?; la especialización de la empresa (identificar cuáles son sus productos/servicios de mayor valor añadido); las principales fortalezas y debilidades de la empresa y los datos de facturación de los últimos ejercicios, etc.
- 2. Descripción de su oferta exportable. (Max. 1 página):** se tratará de abordar aspectos como el catálogo de los productos/servicios para la exportación (cartera de productos / servicios que ofrece o pretende ofrecer en el exterior); las ventajas competitivas (diferenciación con la competencia: precio, calidad, atención al cliente, innovación, etc.); certificaciones de calidad y/u homologaciones, etc.
- 3. Experiencia previa en internacionalización (Max. 1.5 páginas):** se tratará de abordar aspectos como los países en los que tenga o haya tenido actividad comercial; datos de facturación de los últimos años en cada país (cifras anuales); tipo de presencia en cada mercado: directa (implantación) o indirecta (socios o distribuidores); acciones recientes de promoción internacional desarrolladas, etc.
- 4. Objetivos para la internacionalización (Máx. 1.5 páginas):** se tratará de abordar aspectos como los mercados/países prioritarios para el desarrollo internacional y los motivos por los que los ha seleccionado; los objetivos de facturación; los perfiles de clientes en cada mercado; los canales de comercialización, etc.

Nota importante: es necesario aportar información suficiente y correctamente desarrollada para facilitar la aceptación de la solicitud.