**PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN CONJUNTO**

**CONSORCIO: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**Ejemplo de Modelo de Proyecto de Internacionalización conjunto. Contenidos mínimos:**

1. **INFORMACIÓN DEL CONSORCIO**

En este apartado podrán describir brevemente las empresas que conforman el consorcio, los productos y / o servicios que aporta cada uno de los integrantes al consorcio y la línea o producto / servicio a comercializar de manera conjunta.

1. **MERCADO/S OBJETIVO/S**

En este apartado deberán definir su mercado o mercados objetivos y el motivo de su elección (conocimiento de oportunidades, demanda de los productos / servicios ofertados por el consorcio).

También, si se conocen, los segmentos de mercado a los que se dirige el consorcio, canales de distribución…

1. **ACCIONES PREVISTAS EN EL MERCADO/S OBJETIVO/S**

Se deberán indicar las acciones comerciales previstas durante 2021 en el mercado o mercados objetivos, como pueden ser visitas de prospección, visitas a ferias o misiones comerciales. Puede incluir fechas estimadas.

En este apartado se indicarán las acciones de promoción que prevé llevar a cabo el consorcio, tales como la realización de viajes, participación en ferias, acciones de marketing promocional y cualquier otra actividad prevista susceptible de ser elegible.

1. **PRESUPUESTO PARA EL DESARROLLO DE ACCIONES**

Deberán incluir, al menos, una estimación del presupuesto necesario para desarrollar las acciones previstas.

Puede aportar ésta información en formato tabla. Presupuesto estimado y no vinculante.

1. **OBJETIVO DE EXPORTACIONES**

Se indicarán las expectativas u objetivos de **venta** conjunta que se esperen realizar a través del consorcio.

Nota: Mayor valoración si se estima presupuesto y ventas para 6 meses, y 1 año.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **CONSORCIO:** | **ACCIÓN** | **MERCADOS (PAISES OBJETIVO)** | **OBJETIVOS-VENTAS** | | **PRESUPUESTO** | |
| **VIAJES, EVENTOS INTERNACIONALES.** |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| **ACCESO A MERCADOS EXTERIORES. (ESTABLECIMIENTO, CONSULTORÍA, MUESTRAS..)** |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| **MATERIAL PROMOCIONAL Y ACCIONES DE MARKETING** |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |