INSTITUTO
ESPAÑOL
DE COMERCIO
EXTERIOR
ICEX

PLAN DE PROMOCIÓN DE MARCAS ESPAÑOLAS

AÑO 2006

ÍNDICE

OBJETIVOS DEL PROGRAMA		Página 3
REQUISITOS PARA ACCEDER AL PLAN	*Requisitos Formales*	Página 3
	Incompatibilidad	Página 3
CONTENIDO DEL PROGRAMA	*Duración*	Página 4
	Apoyo	Página 4
	Conceptos apoyables	Página 5
TRAMITACIÓN, DOCUMENTACIÓN, APROBACIÓN Y JUSTIFICACIÓN	*Tramitación*	Página 6
	Documentación	Página 6
	Aprobación	Página 6
	Justificación y Auditoría	Página 8

INSTITUTO ESPAÑOL DE COMERCIO EXTERIOR ICEX

PLAN DE PROMOCIÓN DE MARCAS ESPAÑOLAS

OBJETIVOS DEL PROGRAMA	◆ Es un programa de empresa abierto a todos los sectores económicos que por su componente de imagen, diseño, creatividad, calidad o singularidad contribuyen a impulsar la imagen de las marcas españolas en el exterior. ◆ Los mercados objetivo del Plan son todos, excepto los países pertenecientes a la Unión Europea. En 2006 se apoyarán las renovaciones del 2º y 3º año de planes en los siguientes países : Estonia, Letonia, Lituania, Polonia, Hungría, República Checa, Eslovaquia, Malta, Chipre y Eslovenia. De forma transitoria se contemplarán solicitudes de primer año para estos países.	
REQUISITOS PARA ACCEDER AL PROGRAMA	◆ Empresa constituida en España con marca registrada en España y en el mercado o mercados a los que la empresa dirige el proyecto. ◆ Realizar una inversión mínima anual de 60.000 euros en conceptos apoyables de este plan. ◆ No se apoyarán marcas de empresas de capital extranjero identificadas internacionalmente como marcas extranjeras.	
	Requisitos Formales	◆ Los beneficiarios del programa deberán aportar documentación sobre si han recibido, van a recibir o han solicitado alguna ayuda a otros organismos públicos o privados, para esta misma actividad. ◆ Las empresas solicitantes deberán estar al corriente en el cumplimiento de sus obligaciones fiscales y en materia laboral y de seguridad social. ◆ Las sociedades mercantiles deberán cumplir con los trámites legalmente establecidos en lo relativo a la presentación de cuentas en el Registro Mercantil.
	Incompatibilidad	◆ Es compatible con programas similares de otros organismos, excepto para los mismos conceptos de gasto, para los que la empresa deberá elegir a qué institución presenta el gasto, pero en ningún caso se podrá acumular. ◆ Es incompatible con el Plan de Implantación en el Exterior del ICEX para los mismos mercados.

INSTITUTO ESPAÑOL DE COMERCIO EXTERIOR ICEX

PLAN DE PROMOCIÓN DE MARCAS ESPAÑOLAS

CONTENIDO DEL PROGRAMA	*Duración*	◆ **Duración máxima** :36 meses desde el momento que indique la empresa que ha incurrido en el primer gasto. Esta fecha se indicará en la propuesta de gasto. Se renovará y aprobará anualmente en función de las disponibilidades presupuestarias del Instituto. ◆ **Periodo de aprobación** : durante todo el año, 1 de enero a 31 diciembre. ◆ **Fecha de presentación de renovaciones**: hasta el 31 de marzo de 2006 (preferiblemente).
	Apoyo	◆ % Apoyo = **25%** de conceptos apoyables. Para países prioritarios (China, India, Rusia, EE.UU, México, Japón, Brasil, Marruecos y Argelia) los porcentajes serán del **30%** para cada año. ◆ El tope máximo de ayuda anual es de **100.000 euros.** ◆ Cada plan de marca podrá incluir entre uno y tres países objetivo. ◆ Un grupo de empresas con marcas diferenciadas podrá solicitar hasta un máximo de tres planes de marca, cada uno para una marca. ◆ Cuando por la características especiales del marketing de algunos productos y sectores, el nombre de la empresa sea la marca paraguas de toda la gama, se aceptará el nombre de la empresa como marca para su aceptación en el programa. A nivel promocional, se realizará una evaluación de las acciones para las distintas marcas asociadas a los productos de dicha empresa. ◆ Excepcionalmente algunas áreas geográficas podrán ser consideradas un solo "mercado/país" debido al tamaño de los países. Ejemplo : Sudeste Asiático (Singapur, Malasia, Vietnam, Laos, etc.) o América Central. ◆ Se tendrán en cuenta los siguientes criterios de cara a priorizar los proyectos que se presenten: - Presentación de un plan estratégico internacional de marketing, centrado en la creación y gestión de la marca en el país o países objetivo o nivel de esfuerzo de la empresa por consolidar la marca española en el mercado o mercados objeto de apoyo. - El reconocimiento y consolidación de la marca como española. - El esfuerzo de promoción de la marca en nuevos mercados, lanzamiento de nuevos productos con la marca apoyable, la realización de nuevas actividades para promocionar su marca en mercados tradicionales para la empresa, el lanzamiento de una nueva gama de productos para un mercado, o la ampliación de objetivos para ese mercado.

INSTITUTO ESPAÑOL DE COMERCIO EXTERIOR ICEX

PLAN DE PROMOCIÓN DE MARCAS ESPAÑOLAS

CONTENIDO DEL PROGRAMA	*Conceptos Apoyables*	Publicidad - Creatividad - Fotolito - Adaptaciones creatividad - Traducciones - Compra de espacios publicitarios en medios - Expresamente excluidos: creación y realización de folletos, catálogos de ferias, etc. Comunicación - Gastos de contratación de Agencia de Comunicación o RR.PP. - Gastos organización ruedas de prensa - Gastos de otros actos de RRPP - Expresamente excluidos: convenciones de empresas o para fuerza de ventas. Promociones punto de venta - Presentaciones de productos, promociones, catas, etc. - También “co-advertising” y el “co-branding” que realice la empresa junto con grandes almacenes y otros canales de distribución comercial. Patrocinios Comerciales - Los patrocinios de carácter comercial se analizarán caso por caso. Material Promocional - Creatividad y producción de catálogos, displays, posters, etc. La suma total de apoyo del ICEX por todos los conceptos incluidos en el epígrafe material promocional no podrá superar el 15% del total anual concedido a través de este Plan. No se podrán aceptar estrategias de posicionamiento de marca que sólo incluyan el concepto de material promocional. Gastos excluidos - Participaciones individuales en ferias - Alquileres de espacio en showrooms - Investigación de mercados - Registro de patentes y marcas - Defensa jurídica de la marca - Gastos de homologación y certificación

INSTITUTO ESPAÑOL DE COMERCIO EXTERIOR ICEX

PLAN DE PROMOCIÓN DE MARCAS ESPAÑOLAS

TRAMITACIÓN, DOCUMENTACIÓN, APROBACIÓN Y JUSTIFICACIÓN	*Tramitación*	◆ **Fecha de presentación de solicitud de participación:** durante todo el ejercicio 2006. ◆ **Fecha de presentación de renovaciones:** hasta el 31 de marzo de 2006 (preferiblemente). ◆ **Dónde :** Dirección Regional o Territorial de Comercio de cada CCAA o en el caso de la Comunidad de Madrid : Servicios Centrales del ICEX (Dirección General de Promoción, Pº de la Castellana 14 – 28046 Madrid – Tel. : 91 349v 61 00 – Fax : 91 577 07 50 y 91 431 61 28)
	Documentación	◆ Impreso de solicitud debidamente cumplimentado. ◆ Nota informativa actualizada a 1 de enero de 2006 del Registro Mercantil indicando : objeto social, cifra de capital social, órganos de gobierno de la sociedad, representantes, apoderados de la misma y composición del capital social (titulares, nacionalidad y porcentaje de participación). ◆ Certificaciones del Ministerio de Economía y Hacienda y del Instituto Nacional de la Seguridad Social acreditativas de estar al corriente en el cumplimiento de sus obligaciones fiscales y laborales. ◆ Balance de situación y cuenta de resultados del último ejercicio disponible, preferiblemente 2005. ◆ Última memoria disponible de la empresa. ◆ Catálogo de productos de la empresa. ◆ Justificante el registro de la marca en España y en el/los mercados objeto de apoyo. ◆ Declaración jurada sobre ayudas solicitadas a otros organismos públicos o privados para esta misma actividad. ◆ Copia del NIF (solamente para empresas que solicitan apoyo por primera vez).
	Aprobación	◆ Si el proyecto es aprobado por el ICEX, se le comunicará a la empresa indicando los conceptos aprobados e importe así como el procedimiento de justificación. ◆ Si la solicitud no fuera aprobada, esta denegación de le comunicará por escrito a la empresa solicitante.

	Justificación y auditoría	◆ Una vez presentada la justificación del gasto, el ICEX realizará auditoría y procederá a la liquidación de la ayuda. Para la justificación del gasto, presentar además : - Facturas originales sobre los gastos de publicidad y/o promoción - Ejemplares del material promocional y/o publicitario - Contrato firmado con el agente o distribuidor en el que aparezca reflejado claramente el reparto de gastos de promoción y/o publicidad entre las partes. **El procedimiento detallado de justificación de gastos se podrá encontrar en la web de ICEX (Manual de Usuario).** ◆ La empresa deberá presentar los justificantes de gasto antes del 31 de marzo de 2007. ◆ El ICEX realizará auditoria a través de empresa auditora. Todo lo aprobado en propuesta de gasto prevalecerá sobre el contenido del programa. ◆ Sólo se admitirán aquellos gastos facturados por terceros, quedando por tanto excluidos los costes internos de la empresa solicitante y la autofinanciación. ◆ Las empresas que desarrollen las campañas de publicidad y/o promoción de marcas a través de sus agentes y distribuidores tendrán derecho a un apoyo de dichos gastos. En el caso de que las empresas sólo se hagan cargo de un porcentaje de dichos gastos, la ayuda se aplicará sobre el importe resultante una vez aplicado dicho porcentaje. ◆ Se excluyen los descuentos en precios. ◆ No se considerará apoyable ningún tipo de impuesto, incluido el IVA, que grave cualquier gasto objeto de apoyo, con independencia de que el mismo se devengue en el territorio nacional o en el extranjero. ◆ El ICEX procede a liquidar la ayuda correspondiente a lo justificado. ◆ Todo lo aprobado en propuesta de gasto prevalecerá sobre el contenido del programa.